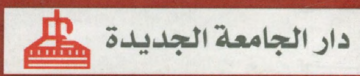
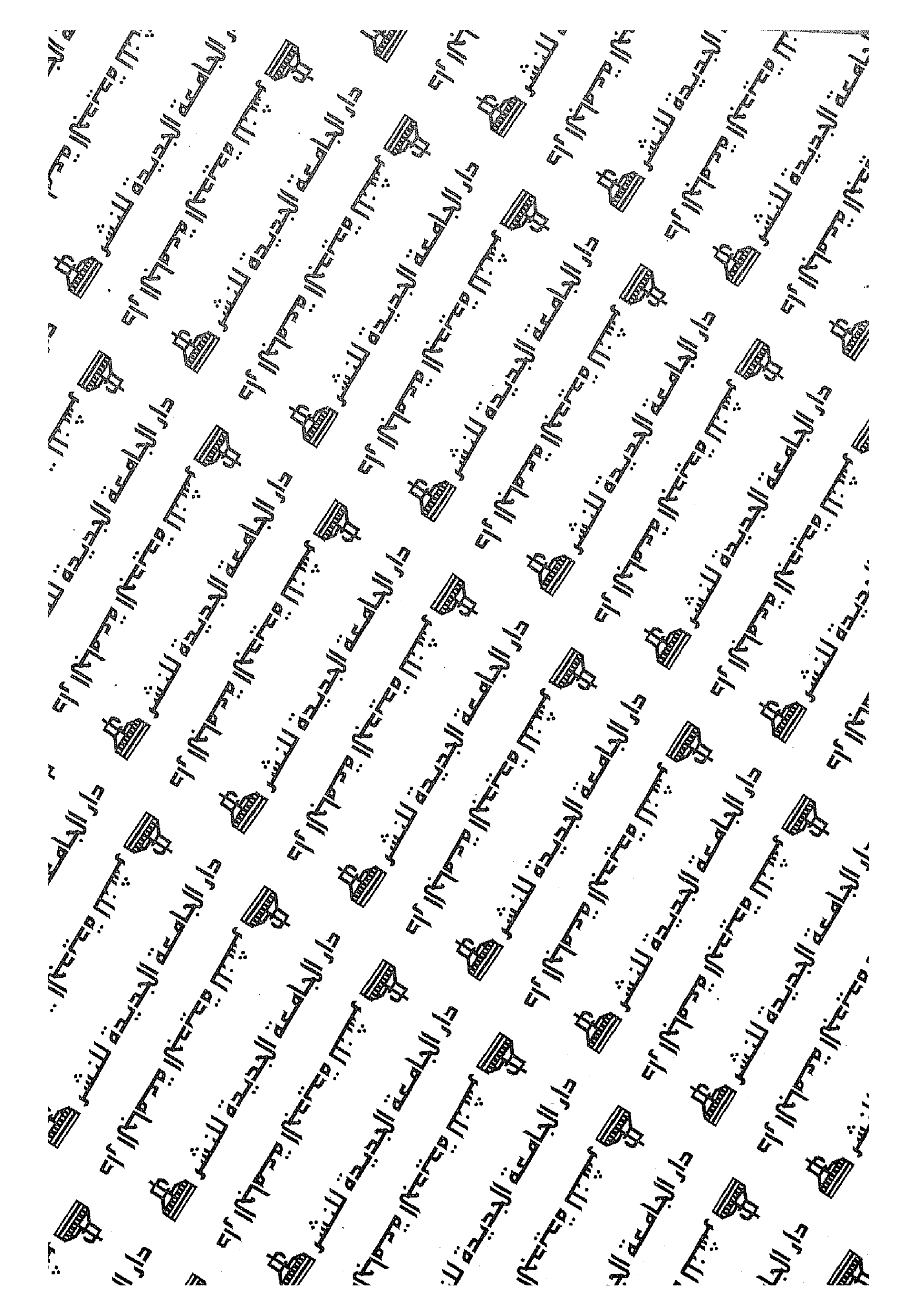
قانون حماية المستهلك

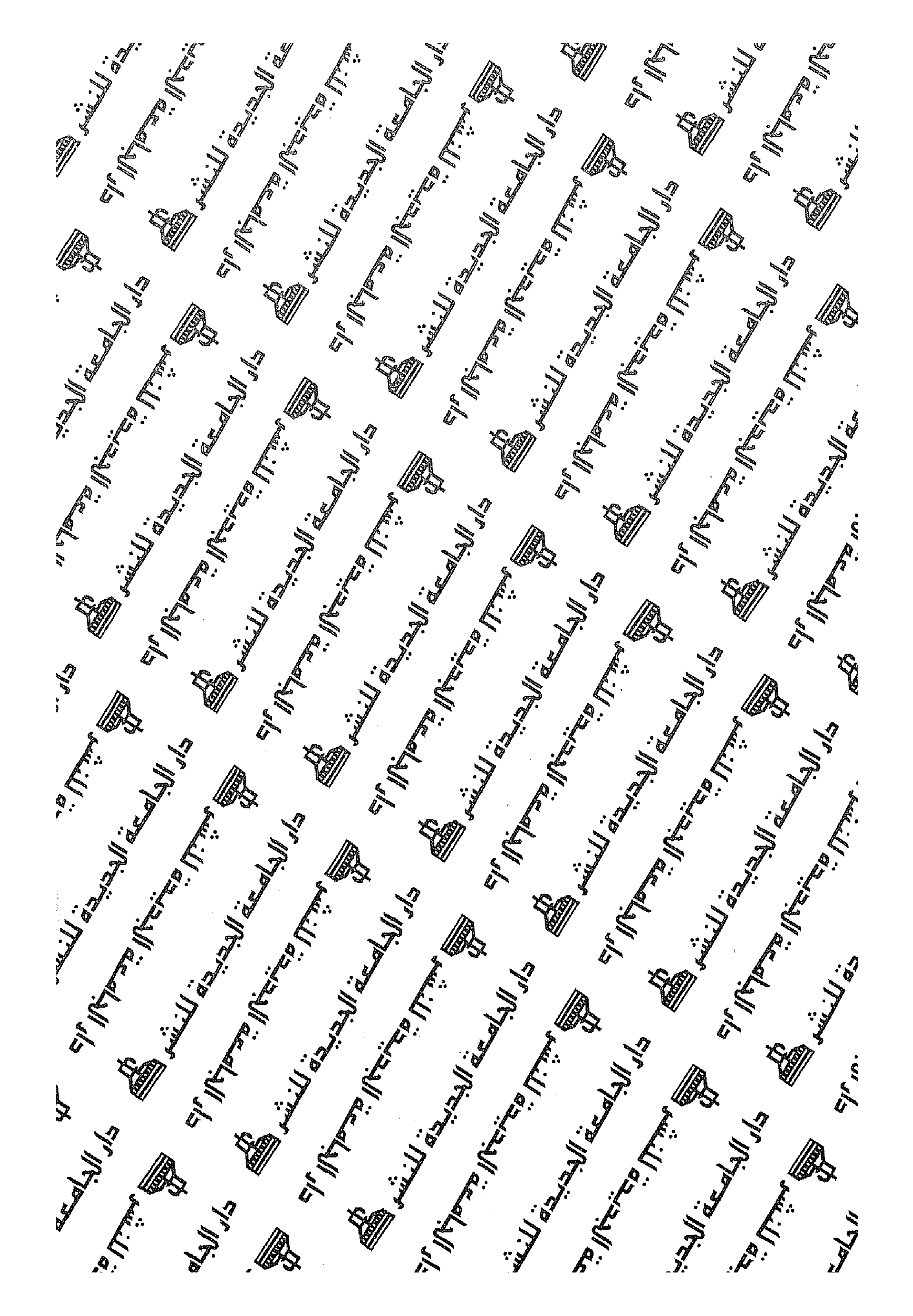
دراسة تحليلية مقارنة



دكتور
الصغير محمد مهدى
قسم القانون المدنى
كلية الحقوق - جامعة فاروس
الإسكندرية







قانون حماية المستهلك

دراسة تحليلية مقارنة

قانون حماية المستهلك

دراسة تحليلية مقارنة

دكتور

الصغير محمد مهدي

قسم القانون المدني

كلية الحقوق – جامعة فاروس

الإسكندرية

2015

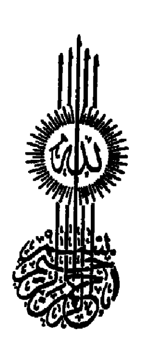
دار الجامعة الجديدة

٣٨–٤٠ ش سوتير – الأزاريطة – الإسكندرية

تليفون: ٤٨٦٣٦٢٩ فاكس: ٤٨٥١١٤٣ تليفاكس: ٤٨٦٨٠٩٩

E-mail: darelgamaaelgadida@hotmail.com

www.darggalex.com info@darggalex.com



إهداء

إلى الأم الحبيبة

أهدى عملى المتواضع هذا إلى الغالية التى أتمنى

من ربى أن أسكن تحت قدميها فى الدنيا والآخرة

جزاها الله عنى خير الجزاء

مقدمة

يعد قانون الاستهلاك – أو قانون حماية المستهلك - احد أهم القوانين الحديثة، التى فرضت نفسها على الساحة التشريعية، نتيجة لحاجة المجتمع إلى ضبط الأسواق فى إطار من التوازن بين حرية ممارسة الأنشطة الاقتصادية ،وبين صيانة أو حماية الحقوق الأساسية للمستهلك .

هذا ومن الملاحظ أن حياة الفرد اليومية لا تخلو من كونه طرفا فى معاملة استهلاكية – مثل كونه مشترى لسلعة غذائية أو مستغلا أو مستفيد من وسيلة لنقل ركاب - .وغالبا ما يكون المستهلك هنا كفرد طرف ضعيف، ولا يقدر على الإلمام بكافة جوانب المعاملة الاستهلاكية من حيث محلها وأوصافه وشروط إبرامها متى كانت عقدية وغيرها من الأمور المتعلقة بالمعاملة الاستهلاكية.

ولما كان المستهلك طرف ضعيف و غير متخصص ظهرت الحاجة إلى حمايته .خاصة فى ظل ثبات و عدم كفاية القواعد العامة- فى نظرية العقد و القواعد التقليدية عامة فى نظرية الالتزام - لحماية المستهلك .

ولعل من أهم الأسباب الداعية لحماية المستهلك نجد جهل المستهلك – الجهل المشروع – بالمنتجات محل علاقات الاستهلاك ،و خاصة في ظل التطور التكنولوجي المعقد الكامن في المنتجات موضوع علاقات الاستهلاك بما ينفى التنوير عن الإرادة التعاقدية للمستهلك ،وهذا كذلك يستعصى على القواعد التقليدية مواجهته ولذا كان من الواجب فرض قواعد خاصة لحماية الإرادة التعاقدية للمستهلك فى هذا الشأن .

كما أن من الأسباب الداعية إلى حماية المستهلك أيضاً أن كثيرا من المنتجات – سلع وخدمات – تنطوي على الكثير من الأضرار الماسة بصحة

وسلامة الأشخاص ولا سيما صحة وسلامة المستهلك ،وهذا بلا شك أمر خطير لم تعالجه القواعد التقليدية . ولذا كانت قواعد قانون الاستهلاك التى تنظم مثل هذه المسائل سواء كان المنتج ضار بطبيعته أو ضار نتيجة الاستعمال وذلك كله فى إطار السعى الى تحقيق التوازن السابق ذكره .

وبناء على ما تقدم كان الاهتمام التشريعى بتنظيم الاستهلاك قانونا ،حيث وضع تنظيم قانونى لحماية المستهلك لدرجة جعلت بعض الأنظمة القانونية لبعض الدول تضمن قانونها الأساسى نصوصا تفرض حقوقا للمستهلك بما يشكل حد أدنى من الحماية لا يجوز للمشرع العادى أن ينزل عنها. وعليه قررت التشريعات العادية والفرعية أحكاماً متنوعة و متعددة تنظم الاستهلاك و تؤكد بان هناك حد أدنى من الحماية ،وذلك من خلال إقرار العديد من الحقوق الأساسية للمستهلك و فرض التزامات قانونية على المهنى تجاه المستهلك تضمن تحقيق الحماية المنشودة. وأيضاً من خلال مؤسسات وأجهزة وجمعيات و لجان إدارية تسهر على حماية المستهلك وأعمال و تفعيل قانون حماية المستهلك .

و فى ضوء ما تقدم نتناول فى هذا المؤلف بالدراسة النظام القانونى لحماية المستهلك فى إطار بحثى تحليلى ومقارن .

وتظهر الدراسة التحليلية من زوايا عده أهمها تحديد و ضبط ماهية أو مفهوم الاستهلاك والمستهلك وحمايته والمهنى، حتى نستطيع أن تستخلص الأحكام التى تتناسب و طبيعة الاستهلاك كظاهرة قانونية و ذلك فى ضوء تحليل الأحكام الواردة فى قانون الاستهلاك . وبما يحقق أفضل تنظيم قانونى لحماية المستهلك .

وعن كون البحث مقارن فان دراسة أحكام قانون حماية المستهلك لا تكتمل إلا من خلال مقارنتها بغيرها لدى الدول التى سبقتنا فى تنظيم الاستهلاك

و حمايـة المسـتهلك حتـى يستفيد المشرع مـن أكثـر النمـاذج المقارنـة فاعليـة و نجاحا ليهتدى بها فى تنظيم الاستهلاك وحماية المستهلك.

وعليه نتناول دراسة كل ما تقدم – قانون حماية المستهلك – من خلال تقسيم هذا المؤلف الى فصلين كما يلى :-

الفصل الأول :- مفهوم المستهلك و حمايته .

الفصل الثانى :- أحكام حماية المستهلك .

الفصل الأول

التعريف بالمستهلك وحمايته

تقسيم:

تعد مسألة تعريف المستهلك من أهم وأدق المسائل القانونية فى قانون الاستهلاك اذ يتوقف على تحديدها - فى الأساس - تحقيق الغاية المنشودة من أفراد قانون خاصة بحماية المستهلك .كما ان هذه الغاية لا تكتمل ايضا الا من خلال تحديد المقصود قانونا بحماية المستهلك .ولذلك نتناول دراسة التعريف بالمستهلك وتحديد المقصود بحماية المستهلك فى المباحث التالية:

المبحث الاول:ـ مفهوم المستهلك.

المبحث الثانى:ـ ماهية الحماية وجدلية وصف المهنى بالمستهلك.

المبحث الأول

مفهوم المستهلك

تقسيم:

أن تحديد المفهوم القانونى للمستهلك يتطلب بداية ان نحدد المقصود بالاستهلاك و المستهلك فى اللغة و الاقتصاد حيث ان اصل نشأة هذه المصطلحات هو علم الاقتصاد ،وعلى ذلك نستطيع ان نحدد المقصود بالمستهلك موضوع الحماية فى قانون الاستهلاك وفق مقومات قانونية تجعل له ذاتية قانونية بالاضافة الى كون المستهلك ظاهرة اقتصادية و اجتماعية .ونتناول كل ذلك من خلال المطالب الاتية :-

المطلب الاول :ـ المفهوم العام للمستهلك.

المطلب الثانى : المفهوم القانونى للمستهلك .

المطلب الثالث: مقومات التعريف القانونى للمستهلك .

المطلب الأول

المفهوم العام للمستهلك

أولاً: الاستهلاك والمستهلك:

يعد مصطلحا الاستهلاك والمستهلكين حديثا الظهور فى مجال الفقه القانوني، فهما بحسب الأصل من المصطلحات الاقتصادية[1]، ثم بعد ذلك تناوله الفقه القانونى بالدراسة، وعلى ذلك نوضح المفهوم العام للمستهلك من خلال تحديد معنى الاستهلاك والمستهلك فى الاقتصاد.

بعد أن اتبعت مصر نظام اقتصاد السوق بات واضحاً حاجة أفراد المجتمع للحماية، ولذا يتضمن اقتصاد السوق بمفهومه المعاصر التزاماً أساسياً بتحقيق العدالة الاجتماعية، وذلك بوسائل متعددة منها مجموعة السياسيات والإجراءات التى اصطلح على تسميتها فى اقتصاد السوق بشبكة الأمان الاجتماعي، وتشمل هذه الشبكة نظم المعاشات والتأمين الصحى والتأمين ضد البطالة، ولا سيما حماية المستهلكين[2] كجزء من أفراد هذه الشبكة.

١ـ معنى الاستهلاك فى الاقتصاد:

فى إطار ما تقدم وإيضاحاً للمقصود بمصطلحات المستهلك والاستهلاك فى علم الاقتصاد نجد مفهومين لكلمة الاستهلاك، حيث يميز علم الاقتصاد بين الاستهلاك الذى ينصرف إلى السلع التى تستهلك خلال النشاط الإنتاجى للمشروعات أى الاستهلاك الإنتاجى أو الأولى، وبين الاستهلاك الذى ينصرف إلى السلع المخصصة للإشباع النهائى للأفراد وغيرهم من الأشخاص الاقتصادية والتى تحقق المنفعة المباشرة. وتقدر قيمة الاستهلاك دائماً على

---

(١) راجع: د.عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، الإسكندرية، ٢٠٠٤، ص ١٧، د. حسن عبد الباسط جميعى، حماية المستهلك، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٦، ص ٨.

(٢) راجع د. شريف لطفى، حماية المستهلكين فى اقتصاد السوق، "محاضرة" بمجلة مصر المعاصرة، السنة الثانية والثمانون، العدد ٤٢٥، يوليو ١٩٩٠، ص ٦ ـ ٧.

أساس أسعار السوق، ويخرج من نطاق الاستهلاك الإنفاق المخصص لشراء السلع الطويلة الأجل كالعقارات لما لها من طبيعة استثمارية[1].

وأيضاً لتوضيح المقصود بالاستهلاك والمستهلك فى الاقتصاد نحدد المقصود بالأموال والخدمات التى تكون محلاً للاستهلاك، حيث هى الوسائل التى تصلح لإشباع حاجات الإنسان المتعددة، وينصرف مفهوم الأموال إلى الأشياء المادية، بينما ينصرف مفهوم الخدمات إلى الأشياء غير المادية.

٢ـ الأموال والخدمات:ـ

تنقسم الأموال والخدمات فى علم الاقتصاد إلى نوعين إستهلاكية وإنتاجية، ويقصد بالأموال والخدمات الاستهلاكية تلك التى تصلح لإشباع الحاجات الإنسانية بطريقة مباشرة وحالة، مثل الخبز والملابس والثلاجة المنزلية والسيارة الخاصة، وهذه من الأموال، ومشاهدة فيلم سينمائى أو العلاج عند أحد الأطباء أو الاستماع إلى أحد المغنيين وهذه من الخدمات[2].

أما الأموال والخدمات الإنتاجية فيقصد بها تلك التى لا تصلح لإشباع الحاجات الإنسانية بطريقة مباشرة وحالة، ولكنها تساعد الإنسان فى إنتاج الأموال والخدمات الاستهلاكية، ومثال ذلك الأرض والآلات والمواد الأولية وهذه من الأموال، وعمل العمال والطاقة المحركة وهذه من الخدمات.

ويلاحظ أن أموال الإنتاج قد لا تستخدم فى إنتاج الأموال الاستهلاكية بطريقة مباشرة بل بطريقة غير مباشرة، وهذه هى أموال الإنتاج التى تنتج أموالاً إنتاجية أخرى تستخدم فى إنتاج الأموال الاستهلاكية. ومثال ذلك الآلات والتجهيزات الفنية التى تنتج آلات النسيج التى تستخدم فى إنتاج الملابس[3].

---

(١) راجع، د. مصطفى رشدى شيحة، اقتصاديات النقود والمصارف، والمال، الطبعة السادسة، منقحة ومزيدة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ١٩٩٦، ص ٩٢٤.

(٢) راجع: د. أحمد جامع، النظرية الاقتصادية، الجزء الأول، التحليل الاقتصادى الجزئى، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٨٦، ص ٢٥.

(٣) راجع: د. أحمد جامع، المرجع السابق، نفس الموضع.

مع أن الملاحظ ايضا أن المشرع المصرى لم يراعى هذه التفرقة أى لم يراعى التصنيف الاقتصادى المذكور، حيث أنه عرف المنتجات فى المادة الأولى من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ بأنها السلع والخدمات المقدمة من أشخاص القانون العام أو القانون الخاص، وتشمل السلع المستعملة التى يتم التعاقد عليها من خلال مورد، ولذلك نرى أن مصطلح المنتجات هذا يتسع ليشمل معاً الأموال والخدمات الاستهلاكية بمفهومها الاقتصادى حتى تخضع لأحكام قانون حماية المستهلك المعاملات التى تكون محلاً لها.

وعلى ذلك نؤيد وبحق الرأى الذى يرى أن العبرة فى اعتبار مال أو خدمة ما من الأموال والخدمات الإنتاجية أو الاستهلاكية ليست هى طبيعة المال أو الخدمة بقدر ما هى بطبيعة الدور الذى يقوم به هذا المال أو الخدمة والغاية التى يستخدم من أجلها(١).

ومن ثم يعرف الاستهلاك بأنه استخدام أو استعمال الأموال والخدمات الاستهلاكية من أجل إشباع الحاجات التى يحس بها الإنسان. ويقوم بهذا الاستهلاك بصفة رئيسية الأفراد الذين يجتمعون عادةً فى شكل عائلات، وهؤلاء هم المستهلكون أو الوحدات الاستهلاكية فى الاقتصاد القومى.

وإلى جانب الأفراد توجد بعض الهيئات التى تقوم بالاستهلاك مثل المستشفيات والمدارس والنوادى وغيرها. ويطلق على هذا الاستخدام للأموال والخدمات الاستهلاكية أيضاً اسم الاستهلاك النهائى أو الاستهلاك الشخصى تمييزاً له عن الاستهلاك الوسيط أو الاستهلاك الانتاجى الذى يقصد به استخدام

---

(١) فيعتبر المال أو الخدمة انتاجياً إذا كان المقصود به أن يستخدم فى عملية الإنتاج من أجل إنتاج سلع وخدمات جديدة، وإلا فأنه يعتبر مالاً أو خدمة استهلاكية، وعلى هذا فإن السيارة التى يستخدمها أحد المشروعات لنقل موظفيه وعماله يعتبر مالاً إنتاجياً فى حين أن السيارة التى يستخدمها الشخص لاستعماله الشخصى لا يعد كذلك بل يعد مالاً استهلاكيا نظراً إلى أنها لا تستخدم فى عملية إنتاجية. انظر، د. أحمد جامع المرجع السابق، ص ٢٥ – ٢٦.

المشروعات الإنتاجية للأموال والخدمات الإنتاجية فى عملية الإنتاج. والاستهلاك النهائى أو الشخصى هو وحده المقصود عند الكلام عن الاستهلاك بصفة مطلقة[1].

ثانياً: معنى المستهلك فى الاقتصاد:

باعتماد مفهوم الاستهلاك السابق عرضه وبناء على ما تقدم فإن المستهلك – فى إطار كون الاستهلاك هو الغاية النهائية من الإنتاج – هو كل من يطلب المال – سلعة أو منتج – أو الخدمة أو يحاول أن يطلبها من أجل استخدامها فى إشباع حاجاته النهائية، أى من أجل الإشباع المباشر لحاجاته الحالية أو المستقبلية[2].

هذا مع أن هناك من يرى خلاف التعريف المتقدم للمستهلك، ولكننا نرفضه، حيث أنه يرى إتساع مفهوم المستهلكين ليشمل الذين يستخدمون الأموال والخدمات المختلفة سواء للاستهلاك النهائى أو الوسيط وسواء كان ذلك يتعلق بأموال استهلاكية أو استثمارية، وكذلك سواء كان هذا الاستخدام عن طريق الشراء أو التأجير أو حتى بصورة مجانية، ويشمل أيضاً أولئك الذين يستخدمون الخدمات المختلفة سواء بمقابل أو بدون مقابل، وسواء كانت هذه الخدمات مقدمة من الحكومة بمختلف فروعها أو من قطاع الأعمال أو من المهنيين بفئاتهم المختلفة أو من أية جهات أخرى[3]. ورفضنا لهذا التعريف

---

(١) د. أحمد جامع، المرجع السابق، ص ٢٧ – ٢٨.

(٢) المرجع السابق ، نفس الموضع.

(٣) ومن النقد الذى يوجه إلى هذا التعريف أيضاً أنه يناقض نفسه لأنه يعرف المستهلك فى إطار فكرة حماية المستهلك فى إقتصاد السوق – أى فى نظام إقتصاد السوق الحر بمفهومه المعاصر – وهذا يحتم عليه أن يقصر مفهوم المستهلك على معناه بأن الاستهلاك هو الغاية النهائية من الإنتاج، أى الاستهلاك النهائى وليس الإنتاجى، وخاصة أن اقتصاد السوق الحر ينظر لحماية المستهلك فى الغالب وليس المنتج. راجع، د. شريف لطفى، المقال السابق، ص ٧. وراجع د. أحمد جامع، المرجع السابق، ص ٣١٣.

سببه أنه خالف المفهوم الصحيح للمستهلك فى الاقتصاد ولم يراعى فكرة التمييز بين الاستهلاك النهائى والاستهلاك الانتاجى.

وعلى ذلك فإن المستهلك فى التعريف الاقتصادى وفق ما ننتهى إليه هو كل من يقوم بأخر العمليات الاقتصادية التى تخصص فيها القيم الاقتصادية "الأموال والخدمات" للإشباع المباشر للحاجات، أى من يقوم بعملية الاستهلاك النهائى باعتبارها الغاية النهائية من الإنتاج[1]، وليس القيام بعملية الاستهلاك الإنتاجى. حيث أن المستهلك النهائى وليس الإنتاجى هو وحده المقصود عند الحديث عن المستهلك بصفة مطلقة قياساً على أن الاستهلاك النهائى أو الشخصى هو وحده المقصود عند الكلام عن الاستهلاك بصفة مطلقة[2].

المطلب الثانى

المفهوم القانونى للمستهلك

أولاً: التحديد القانونى للاستهلاك والمستهلك:

١ـ معنى الاستهلاك فى القانون:

ثبت فيما سبق أن مصطلح الاستهلاك فى الأصل مصطلح اقتصادى ومن ثم يلزم تحديد معناه القانونى فى ظل الاهتداء بالمعنى الاقتصادى أولاً ومن خلال دور عملية الاستهلاك فى المعاملات القانونية ثانياً، خاصة وأن

---

(١) أى من يطلب المال أو الخدمة أو يحاول أن يطلبها من أجل استخدامها فى إشباع حاجاته النهائية وليس الاستهلاك الانتاجى، راجع، د. حسن عبد الباسط جميعى، حماية المستهلك، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٦، ص ٨، وراجع د. أحمد جامع، المرجع السابق، نفس الموضع.

(٢) وفى ضوء ذلك كان اهتمام رجال الاقتصاد فى مصر بحماية المستهلك وحيث دخول مصر نظام إقتصاد السوق الحر، وكانت هذه الحماية مشروطة بأمرين، أولهما أن تتصف بالعدالة فى موازنتها لحقوق وواجبات ومصالح أطراف كل تعامل أى أنه ليس المطلوب أن تكون حماية المستهلكين حماية جائرة فيها افتئات على الحقوق العادلة للمنتج، والثانى أن حماية المستهلكين لا يجب أن تتخذ صورة مناقضة لآليات السوق، راجع، د. شريف لطفى المرجع السابق، ص ١١ وما بعدها.

القانون لن يهتم بفعل الاستهلاك فى حد ذاته، وإنما يهتم بالتصرف الذى يبرمه المستهلك للحصول على الشئ أو السلعة التى تشبع حاجاته واحتياجاته الشخصية أو العائلية[١].

وبذلك فإن مجالات الاستهلاك التى قد يستهدفها المستهلك هنا عديدة ومتنوعة بحيث لا تنحصر التصرفات التى يعقدها الشخص بهدف الاستهلاك وفقاً للمعنى القانونى فى الأشياء القابلة للاستهلاك باستخدامها مرة واحدة كالغذاء، ولكنها تمتد لتشمل كل الأشياء والسلع الدائمة والمعمرة كالسيارات والأجهزة المنزلية، بل والعقارات أيضاً كالمسكن ذاته[٢]. ويمتد المجال ايضا ليشمل أيضاً الخدمات أياً كانت صورتها ملموسة أو غير ملموسة، ومثال لذلك عقود التامين وعقود الصيانة وعقود القروض وعقود شراء الأدوية وغيرها.

كما أن استخدام مرفق عام أو خدمة عامة يعتبر من قبيل الاستهلاك فى معناه القانونى، ومثال لذلك إرسال الخطابات عن طريق هيئة البريد، ودخول المستشفى الحكومى واستغلال وسائل المواصلات التى توفرها الدولة[٣].

وعلى ذلك فإن الاستهلاك فى المعنى القانونى ينصرف إلى الواقعة القانونية – التصرف القانونى أو الواقعة المادية – الذى بموجبه تتحقق الغاية النهائية من الإنتاج، وحيث إن المستهلك قد يحصل على السلعة أو الخدمة من خلال العقد مثال شراء الحاسب الآلى أو من غير عقد كما هو فى الاستفادة من خدمات المستشفيات الحكومية حيث العلاقة التنظيمية بين الشخص العام

---

(١) راجع، د. حسن عبد الباسط جميعى، حماية المستهلك، مرجع سابق، ص ٨ وراجع أيضاً:
Cornu, Trav. De L'assoc H. Capitant, 1973, P. 135, GHESTN, Le Contrat, L.G. D.J, 1980, No, 59.

(٢) راجع، د. حسن عبد الباسط جميعى، المرجع السابق، ص ٨ – ٩.
Jean Calais. Auloy, "Droit de La Consommation" 3éd, paris, 1992. P. 183 ets.

(٣) راجع، د. حسن عبد الباسط جميعى، المرجع السابق، ص ٩.
Jean Clasis – Auloy, op. cit., p. 232 ets.

"المستشفى" والمريض المستهلك، وعلى ذلك فإن الوقائع المادية التى تؤدى للاستهلاك تعبر أيضاً عن المعنى القانوني للاستهلاك بأنه كل واقعة قانونية تؤدى للإشباع المباشر لحاجات الإنسان من الأموال والخدمات، وهذا هو المناط لانطباق الأحكام القانونية المسماة بأحكام أو قوانين حماية المستهلك[1].

٢ـ التحديد القانونى لمعنى المستهلك:ـ

أثار تحديد المقصود بالمستهلك قانوناً الكثير من الجدل والخلاف فى الفقه والقضاء والتشريع، وكان لذلك انعكاسه الواضح فى تحديد نطاق تطبيق أحكام قانون حماية المستهلك من حيث الأشخاص فى الدول المختلفة وعلى ذلك نحاول أن نوضح فيما يلى المقصود بالمستهلك فى التشريع والفقه والقضاء.

أـ التحديد التشريعى للمستهلك:

لم يتضمن أى من القانونين المدنى المصرى والفرنسى لفظ المستهلك، كما لم تحتوى نصوصهما على أى أحكام خاصة بالمستهلك وحمايته، ولذلك كانت الحماية تتم فى إطار القواعد العامة[2] إلى أن جاءت القوانين الخاصة بحماية المستهلك ووضعت تنظيماً خاصاً للاستهلاك وحماية المستهلك.

وفى القانون الفرنسى وعلى الرغم من أنه أصدر العديد من التشريعات المنظمة للكثير من المعاملات الاستهلاكية والحماية للمستهلك، إلا أنه لم يقدم تعريفاً محدداً للمستهلك، هذا فى حين أن لجنة إعادة صياغة قانون حماية المستهلك الفرنسى الصادر فى عام ١٩٩٣، حددت المقصود بالمستهلكين بأنهم

(١) راجع سابقاً فى إطار المعنى الاقتصادى للمستهلك ص ٩، وكذلك الهامش رقم ٢ بذات الصفحة.

(٢) راجع، د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٢١. د. أحمد محمد محمد الرفاعى، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدى، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٤، ص ٢٨ ـ ٢٩.

الأشخاص الذين يستخدمون أموالاً أو خدمات لاستعمال غير مهنى[1]. ولذلك أثارت فكرة تحديد مفهوم قانونى لمستهلك جدلاً فقهياً وقضائياً واسعاً فى فرنسا.

ولكن فى مصر صدر قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ واضعاً فى المادة الأولى الفقرة الثالثة تعريفاً للمستهلك، حيث قرر أنه يقصد بالمستهلك كل شخص تقدم إليه أحد المنتجات لإشباع احتياجات الشخصية أو العائلية أو يجرى التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص. وهذا الشخص بذلك قد يكون شخص طبيعى أو اعتبارى، عام أو خاص عملاً بتعريف الشخص الوارد فى الفقرة الأولى من ذات النص[2].

وما يمكن ملاحظته على هذا النص أن المشرع المصرى حاول بموجبه أن يتجنب الجدال القائم بشأن تعريف المستهلك خاصة فيما يتعلق بمدى إضفاء صفة المستهلك على الشخص الاعتبارى من عدمه، كما أن هذا النص أفاد بأن وصف المستهلك لم يقتصر فقط على الشخص الذى يقوم بالتصرف الذى يحصل من خلاله على السلعة أو الخدمة محل الاستهلاك لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية وإنما يتسع وصف المستهلك ليشمل كل شخص تقدم إليه السلعة أو الخدمة لإشباع حاجاته الشخصية سواء بتعاقد أو بدون تعاقد بمقابل أو بدون مقابل ومن ثم يكون مستهلك كل من يتعامل على السلعة أو الخدمة لإشباع

---

(١) راجع، د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، نفس الموضع، وكذلك د. أحمد محمد محمد الرفاعى، المرجع السابق، نفس الموضع. وانظر فى فرنسا:

- SINAY CYTERMANN (ANNE), Les Relations enter professionnels et Consommateurs en droit Francais, La protection de la Partie faible dons Les rapports Contractuels, Comparaisons Franco – belgs, L. G. D. J. 1996, p. 241 wts.
- Didier Ferrie, "La protection des Consommateurs, Dalloz, 1996. p. 1 ets, P. 13 ets.

(٢) راجع نص المادة رقم ١ فقرة ١، وفقرة ٣ من قانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ والمنشور بالجريدة الرسمية العدد ٢٠ مكرر فى ٢٠ مايو سنة ٢٠٠٦.

حاجاته الشخصية كأحد أقارب المتعاقد "المستهلك الأساسي" مثلاً وفي هذا توسيع لنطاق الحماية[١] حتى ولو لم يكن هو المتعاقد.

كما أنه يؤخذ على تعريف المشرع المصرى للمستهلك غموضه لا سيما ما ورد فى عبارة "أو يجرى التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص" فهل معنى ذلك قصره على هدف إشباع الحاجات الشخصية أو العائلية للشخص أم أنه يقصد بها أن معاملات الاستهلاك قد تكون بالتعاقد أو بغير تعاقد؟ هنا نحن لا نقر بأولوية الفرض الأخير إنما نعتقد أن المشرع كان يقصد الخيار الأول مع أن الواقع يفرض الأخذ بالفرضين خاصة وأن المشرع المصرى توسع فى تعريف شخص المستهلك[٢].

---

(١) خاصة وأن استعمال المشرع لكلمة "تقدم" فى تعريف المستهلك تفيد فى معناها العام إتساع وتنوع طبيعة العلاقات بين المستهلك والمورد – المهنى - بحيث يمكن إضفاء صفة المستهلك على كل من قدمت إليه السلعة أو الخدمة حتى ولو لم يكن متعاقداً بشأنها مع المورد طالما كانت لإشباع الحاجة العائلية أو الشخصية. وذلك يمكن أن يوصف بأنه عيب تشريعى يعبر عنه فى صورة أخرى بأن لم يحدد النطاق الشخصى لقانون حماية المستهلك أو لم يحدد نطاق الحماية من حيث المعاملات ومصدرها لأنه بذلك يستفيد من أحكام الحماية من لم يتعاقد مع المهنى حيث يكفى مجرد أن يتلقى السلعة أو الخدمة ويقوم بمجرد عمل مادى لاستهلاكها حيث يمكن أن يكون هذا الشخص الذى يكتسب صفة المستهلك رغم أنه ليس هو المستهلك المتعاقد أحد أصدقاء المستهلك المتعاقد فهنا يستفيد هذا الصديق من أحكام حماية المستهلك وإن كان ذلك محمود ولو لم يكن يقصده المشرع. ولعل مقارنة تعريف المستهلك فى القانون الأسبانى بالنص المصرى يؤكد هذا النقد، حيث أن تعريف المستهلك فى القانون الأسبانى بأنه هو كل شخص طبيعى أو معنوي، يمتلك أو يستخدم بوصفه المستهلك النهائى للأموال المنقولة أو العقارية سلعاً أو خدمات، ولا يعتبر من قبيل المستهلكين الأشخاص الذين يمتلكون أو يستهلكون سلعاً أو خدمات بغرض إدماجها فى عمليات الإنتاج أو التحويل أو التداول أو الأداء للغير من دون أن يكونوا المستهدفين أخيراً من تلك العمليات بما يفيد تطلب وجود علاقة قانونية بين شخصين هى المستهلك والمهنى.
راجع:
PAISAT "GILLES" Les Nouveaux aspects de la Lutte Contreles Clauses abusives. D. S. 1988, Chron. P. 255.

(٢) راجع نص المادة الأولى من قانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦.

ب ـ التحديد الفقهى والقضائى لمفهوم المستهلك:

يحاول الفقه والقضاء فى فرنسا ان يضع تعريف جامع ومانع للمستهلك ولكنهما لم يتفقا على تعريف محدد، حيث نجد من يعرف المستهلك بأنه هو ذلك الشخص الذى يتملك أو يستخدم سلعاً أو خدمات للاستخدام غير المهنى(١)، ومن يعرفه بأنه ذلك الشخص الذى لأجل احتياجاته الشخصية غير المهنية يصبح طرفاً فى عقد للتزود بالسلع والخدمات، ومن يعرفه بأنه كل شخص يتعاقد بغرض الاستهلاك(٢).

ويعرف البعض من الفقه المصرى المستهلك بأنه كل شخص يقوم بإبرام تصرفات قانونية من أجل الحصول على مال أو خدمة بهدف إشباع حاجاته الاستهلاكية الشخصية أو العائلية. وبالتالي فهو فى منظور القانون من يقوم بإبرام العقود لشراء المواد الغذائية أو الحصول على سيارة، ومن يقترض أو يبرم عقد تأمين إلى غير ذلك من التصرفات(٣).

---

(1) Jean Calais – Auloy, "L'inFluence du droit de La Consommation sur Le droit Civile des contrats. R. T. D. Civ. 93, année, ed. S. avril – Juin, 1984. p. 239.
BOURGOIGNIE (Thierry), Les Clauses Limitatives ou exonératdires de La responsabilité du professionnel à L'egard du Consommateur: clauses en sursis? Les clauses Limitatives ou expnératiores de responsabilité en Europe. Actes du Collaque des 13 et 14 déc. 1990. L. G. D. J. 199, P. 265/.
Didier Ferrier,La Protection des Consommteurs, Dalloz 1996. P. 13 et s.

(2) Philippe "MALINVAUD", La protection des Consommateurs. D. S. 1981. 7é. P. 46.
وقارب د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٢٢ ـ ٢٣.

(٣) راجع، د. حسن عبد الباسط جميعى، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك، مرجع سابق، ص ١٠ وما بعدها، وكذلك، د. أحمد عبد العال أبو قرين، نحو قانون لحماية المستهلك، "ماهيته، مصادره، موضوعه"، إصدارات مركز البحوث بكلية العلوم الإدارية، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، ١٤١٤ هـ ١٩٩٣م، ص ١٦.

ويعرفه أيضاً البعض بانه ذلك الشخص الذى يبرم عقوداً مختلفة من شراء وإيجار و غيرها من أجل توفير ما يحتاج إليه من سلع ومواد وخدمات وأغذية وأدوية لإشباع حاجاته الضرورية والكمالية الحالة والمستقبلية، دون أن يكون لديه نية المضاربة بهذه الأشياء عن طريق إعادة تسويقها، كما هو الحال بالنسبة للمنتج أو الموزع ودون أن تتوافر له القدرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء وإصلاحها(١).

وعن موقف القضاء الفرنسى نوجز القول فى أنه قد عرف المستهلك من خلال الاعتماد على الغرض من التعاقد على السلعة أو الخدمة، فإذا كان للاستخدام الشخصى فإنه ينطبق عليه وصف المستهلك(٢)، وبذلك فهو الفرد الذى يصبح طرفاً فى عقد يتعلق بالتزود بالسلع والخدمات، وذلك لأجل إشباع احتياجاته الشخصية(٣). ورغم ذلك فإنه فى القضاء الفرنسى أحكام تقرر تعريفات أخرى للمستهلك إلا أنها فى الغالب أيضاً تقر و تعتمد تعريف المستهلك وفقا للمعنى الواسع ،حيث اتباع هذا المعيار الغالب ومن ثم الاعتراف للمهنى بوصف المستهلك متى جاء التعاقد خارج مجال تخصصه(٤).

---

(١) راجع، د. جمال فاخر النكاس، حماية المستهلك، وأثره على النظرية العامة للعقد فى القانون الكويتى، مجلة الحقوق الكويتية، السنة الثالثة عشرة، العدد الثانى ٢ يونيو ١٩٨٩، ص ٤٧ وما بعدها، وكذلك: د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٢٣.

(٢) راجع:

Jean Calais – Auloy, op. cit. P. 2 ets.

Cass. Civ. 28 Avril. 1987. D. 1988. ch. P. 253.

وكذلك راجع، د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، نفس الموضع.

(٣) راجع، د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٢٤ وكذلك راجع، د/ حمد الله محمد حمد الله، حماية المستهلك فى مواجهة الشروط التعسفية فى عقود الاستهلاك، دراسة مقارنة، دار الفكر العربى، القاهرة، ١٩٩٧، ص ٨ وما بعدها.

Jean Calais. Auloy, op. cit. p. 2 ets.

(٤) راجع د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق نفس الموضع.

المطلب الثالث
مقومات التعريف القانونى للمستهلك

تمهيد:

بدراسة التعريفات السابقة للمستهلك يتبين أنها تشتمل على عدد من المقومات او العناصر المكونة لتعريف المستهلك فى القانون،و من هذه المقومات ما يتعلق بشخص المستهلك، ومنها ما يتعلق بمحل الاستهلاك و منها ما يتعلق بالدافع إلى التعاقد(١)، نوضح كل ذلك فيما يلى:

أولاً: شخصية المستهلك:

لما كان المستهلك شخص يتعاقد بقصد إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية فإن البعض من الفقه قطع بأنه لا يكتسب صفة المستهلك من يتعاقد لأغراض مهنته أو مشروعه أو حرفته(٢)، ومن ثم تقتصر صفة المستهلك من حيث الشخصية القانونية على الشخص الطبيعى دون الشخص الاعتبارى، ولكن البعض الآخر فى هذا الاتجاه يرى منح صفة المستهلك أيضاً للشخص الاعتبارى مستنداً فى ذلك إلى مواقف تشريعية وقضائية مختلفة طالما لم يكن ذلك الشخص متخصصاً فى مجال المعاملة.و هذا هو الاتجاه الغالب فى الفقه و القضاء .

١ـ المستهلك قد يكون شخص طبيعى أو اعتبارى:

صدر قانون الاستهلاك الفرنسى لعام ١٩٩٣، وكذلك أعتمدت أحكام التوجيه الأوربى رقم ١٣ الصادر فى ٥ إبريل ١٩٩٣، متضمنة نصوصاً

---

(١) راجع د. السيد محمد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، دراسة مقارنة، منشأة المعارف، الإسكندرية، ١٩٨٦، ص ٨.

Jean Çalais – Auloy, op. cit. p. 5 ets.

(٢) راجع:

Didier Ferrier, op. cit. p. 1 et s p. 13 et s.

Jean calais – Auloy, op. cit. p. 1 – 7.

وراجع كذلك د/ حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ١١ – ١٢، وقارب د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، نفس الموضع.

تقصر فى معضمها صفة المستهلك على الشخص الطبيعي، وبذلك استبعدت من نطاق حمايتها الشخص الاعتبارى الذى يتعاقد بهدف تحقيق غرض استهلاكى "أى غير إنتاجى، وليس مهنى"(١).

هذا مع أن النصوص الخاصة بحماية المستهلك إزاء الشروط التعسفية فى قانون الاستهلاك الفرنسي قد تناولت تعريف المستهلك دون تحديد لشخصيته القانونية، وعلى ذلك يتسع نطاق الحماية ليشمل الشخص الطبيعى والشخص الاعتباري، وهو ما يتفق مع تعريف لجنة صياغة وتنقيح قانون الاستهلاك الفرنسى(٢).

و عليه قد يكون المستهلك بذلك شخص طبيعى أو شخص اعتبارى، ومثال لذلك الجمعيات التى تهدف إلى تحقيق الربح والنقابات التعاونية والشركات التجارية(٣) وغيرها

وقد برر البعض إدخال الأشخاص المعنوية – خاصة المذكورة – فى طائفة المستهلكين بأنها لا تمارس نشاطاً مهنياً تحصل منه على مواردها، أو

---

(١) راجع: د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ٢٢.

J. P. PIZZTO, "L'introduction de la Notion de Consommateur en droit francais. D. S. 1982, ch. No, 109, Cass. Comm. 8 Mars, 1977. ENC. De. Dr. Com. P. No 428. Didier Ferrier, op. cit p. 13 ets.

(٢) ويعد هذا المفهوم الاكثر شيوعا لدى الفقه فى دول مختلفة فى فى تعريف المستهلك، وحيث إتساع مفهوم المستهلك ليشمل الشخص الطبيعي والاعتبارى طالما لم يهدف من الاستهلاك الغرض المهنى. راجع فى شأن القانون الفرنسى:

Jean Calais-. Auloy, op. cit. p. 7 ets, Didier Ferrier, op. cit., p. 13 ets.

وكذلك راجع: د.حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ٢٢.

(٣) راجع:

Jean Calais – Auloy, op. cit. p. 2.

Cass. Civ. 1er. 28 Avril, 1987. D. 1988. p. 253.

وقارب د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ٢٤، وكذلك : د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٢٤ – ٢٥.

على أسباب وجودها ومن ثم فأنها تشبه المستهلك تماماً[1]، ولذلك فأن الرأى فى الفقه الفرنسى يقر بإتساع مفهوم المستهلك من حيث الشخصية القانونية ليشمل الأشخاص الطبيعيين والمعنويين. والشركاء فى التعاقد والمستعملين والمشترين والزبائن المحتملين بل والمواطنين أيضاً[2].

وعن الشخصية القانونية للمستهلك فى قانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ نجد أن هذه الشخصية تتسع لتشمل الأشخاص الطبيعيون والأشخاص الاعتبارية ومنها الشركات بجميع أشكالها والكيانات الاقتصادية والجمعيات والاتحادات والمؤسسات وغيرها طالما لم يكن بغرض مهنى وذلك إعمالاً لنص المادة الأولى الفقرتين الثانية والرابعة من ذات القانون[3].

٢ ـ المستهلك ليس متخصصاً فى مجال المعاملة[4]:

يرى البعض من الفقه أن التعريفات السابقة للمستهلك ميزت ضمنياً بين المستهلك من جانب والمهنى من جانب آخر، وأن مناط هذا التمييز هو احتواء اختصاص المهنى لمضمون المعاملة محل التعاقد دون المستهلك الذى لا يتمتع بالقدرة الفنية للحكم على ما يسعى لإقتنائه أو الحصول عليه من سلع أو خدمات، خاصة فيما يتعلق بعناصر الجودة والمتانة، كما يفتقر إلى إمكانية

---

(١) راجع، د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، نفس الموضع، وكذلك راجع. د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٢٥.

(2) Monique Luby, "La Notion de Consommateur en droit Communautaire; une Commone inconstance, Cent. Conc. Janv. 2000. ch. P. 5.

(٣) حيث إن المشرع المصرى فى قانون حماية المستهلك الحالى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ عرف المستهلك فى الفقرة الرابعة من المادة الأولى بأن كل شخص يقدم إليه ....، ثم عرف الأشخاص فى الفقرة الأولى من ذات المادة بأنها الأشخاص الطبيعيون والأشخاص الاعتبارية ومنها الشركات والكيانات الاقتصادية، وهذا إن دل فإنما يدل على أن شخص المستهلك ينصرف وفق مفهوم الشخص أو الشخصية القانونية إلى الشخص الطبيعى والشخص الاعتبارى. راجع نص المادة الأولى من هذا القانون منشور بالجريدة الرسمية العدد ٢٠ مكرراً فى ٢٠ مايو سنة ٢٠٠٦، ص ٤.

(٤) راجع: د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٢٦.

قياسه بالصيانة الدورية الفنية للكثير من هذه الأشياء، ومن ثم فإن المستهلكين ليسوا من فئة محددة سلفاً، وإنما كل شخص يمارس عملية البيع والشراء والتأجير والانتفاع[1].

وإن كنا نرى أن فى ذلك تزيداً من قبل صاحب هذا الرأى فيما يتعلق بمسألة التمييز الضمنى مع قبول مناط التمييز الذى قرره، خاصة وأن أصحاب التعريفات السابقة لم يقصدوا صراحة أو ضمناً هذا التمييز، وأياً كان الأمر فإن المستهلك كشخص يجب ألا يكون متخصصاً فى مجال المعاملة، ومن ثم يكون أجنبياً عن عمليتى الإنتاج والتوزيع للسلع والخدمات موضوع الاستهلاك وعلاقاته، ويرجع فى تحديد ما إذا كان الشخص متخصصاً أم لا إلى معايير القانون التجارى، كما يقع على القاضى مبدأ تحديد نوع الاستعمال[2].

ثانياً: موضوع الاستهلاك وأداته القانونية:

يتسع محل الاستهلاك ليشمل السلع المنقولة والعقارية، والخدمات الملموسة وغير الملموسة، حيث يدخل فى هذا النطاق تعامل المستهلك على كافة السلع والخدمات، ولا تمييز بين السلع القابلة للاستهلاك الفورى مثل المواد الغذائية أو المنتجات الصيدلية، وبين السلع المعمرة مثل السيارات والأثاثات أو الأجهزة الكهربائية والمنزلية التى تستهلك على التراخى[3].

هذا مع أن البعض قرر بأن السلع المقصودة هنا فقط هى السلع المنقولة وكان ذلك من خلال النقد الذى وجهه البعض إلى تعريف المستهلك بأنه لم

---

(١) راجع : د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، نفس الموضع، وقارب كذلك د.أحمد محمد محمد الرفاعى، المرجع السابق، ص ٢٤ وما بعدها وكذلك قارب، د.جمال فاخر النكاس، المرجع السابق، ص ٤٨.

(٢) راجع: د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٢٦، وكذلك راجع د. أحمد محمد الرفاعى، المرجع السابق، ص ٢٤ وكذلك د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ١٤، وكذلك راجع د. أحمد عبد العال أبو قرين، المرجع السابق، ص ٢٣.

(٣) راجع، د. أحمد عبد العال أبو قرين، المرجع السابق، ص ٢٢، وكذلك: د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٢٦.

Jean Calais – Auloy, op. cit. p. 5.

يقصر هذا التعريف من حيث الموضوع – أى موضوع الاستهلاك – على من يمتلك الأموال المنقولة بل اتسع ليشمل أيضاً من يمتلك الأموال العقارية مقرراً بأن ذلك توسيع مبالغ فيه فضلاً عن أن وصف المستهلك النهائى لا يتفق وطبيعة الأموال العقارية[1].

ولكن هذا التحديد غير مقبول لدى الكثير من الفقه وقرر بأن هذا التحديد غير صحيح لأن يبسط حمايته على شخص المستهلك سواء كان محل الاستهلاك سلعة منقولة أو عقارية، وحتى فى حالة الخدمات يحمى المشرع المستهلك سواء أكانت خدمات مادية كالنقل والإصلاح والتنظيف أم مالية كالتأمين والقرض، أم فكرية أو ذهنية كالعلاج الطبى والاستشارات القانونية[2].

هذا وتتنوع فى رأينا الأدوات القانونية اللازمة للقيام بعملية الاستهلاك، ولا تنحصر كما يرى البعض فى التصرف القانونى، بما يستبعد فى رأيه من نطاق الخضوع للأحكام الحمائية فى قوانين حماية المستهلك القائم بالأعمال المادية المؤدية أو المتممة لعملية الاستهلاك[3].

---

(١) حيث أن ذلك كان بمناسبة انتقاد البعض لتعريف المستهلك فى القانون الأسبانى، انظر، الحماية التشريعية للمستهلك فى مصر، منشورات المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٩٩، القاهرة، ص ٥، وقارب د. أحمد محمد محمد الرفاعى، المرجع السابق، ص ٢٢. وكذلك انظر، د. حسن عبد الباسط جميعى، حماية المستهلك، مرجع سابق، ص ٨ – ٩. ود. حمد الله محمد حمد الله، مختارات من كتاب قانون الاستهلاك الفرنسى، ص ٨٤، مجلة الدراسات القانونية، كلية الحقوق، جامعة أسيوط، العدد التاسع عشر يونيو ١٩٩٦.

(٢) هذا ويلاحظ أن معظم التشريعات المنظمة لحماية المستهلك فى العديد من الأنظمة القانونية لدول مختلفة وخاصة فرنسا وأسبانيا ومصر يمد نطاق حماية المستهلك إلى جميع المعاملات الاستهلاكية ليشمل المعاملات التى يكون محلها خدمات سواء أكانت الخدمات عامة أو خاصة أى مقدمة من شخص عام أو من شخص من أشخاص القانون الخاص. راجع: د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٢٦.
Jean Calais – Auloy, op. cit. p. 7 ets, P. 140 ets.

(٣) راجع فى ذلك : د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ١٧، وانظر كذلك د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ١٣ وما بعدها.

هذا ولكن تتنوع الادوات القانونية للاستهلاك و يتسع وفقاً لرأينا نطاق وموضوع الحماية ليشمل القائم بالعملية المادية للاستهلاك، خاصة وأن المشرع كمبدأ عام يحمى صحة المستهلك بصرف النظر عما إذا كان قد استهلك السلعة أو الخدمة بتصرف قانونى أو عن طريق عمل مادى – أى واقعة مادية – وحتى ولو لم يكن المستهلك هو من تعاقد مع المهنى، كما هو الحال فى تقرير تعويض عن الأضرار التى أصابت الأبن – المستهلك المستخدم – نتيجة استخدامه لجهاز التكييف الذى اشتراه أبيه – المستهلك المتعاقد– ، وقولنا هذا يتفق مع ما قررته لجنة تنقيح وصياغة تقنين الاستهلاك الفرنسى فى شأن تعريف المستهلك، وما هو ما تبناه الفقيه الفرنسى Jean Calais – Auloy فى مؤلفاته المختلفة[1].

وعلى ذلك فانه يمكن القول بأن كل الأموال يمكن أن تكون محلاً للاستهلاك إذا ما تم هذا الاستهلاك بتصرف قانونى مثل شراؤها أو بواقعة مادية مثل استعمالها، وذلك لغرض غير مهنى، وعليه فإن الشخص الذى يتملك عقاراً أو يستأجره لكى يسكنه بمفرده أو يقيم فيه مع أسرته، يعتبر هو وأسرته مستهلكاً وكذلك الحال بالنسبة للخدمات.

ثالثاً: الغاية من الاستهلاك:-

المستهلك هو الذى يحصل على أو يستعمل السلعة أو الخدمة لغرض غير مهنى، أى لأغراض شخصية أو عائلية كشراء غذائه أو قوته أو علاجه أو جهاز لمنزله أو سيارة أو إبرام عقد تأمين أو عقد للسفر أو استئجار شقة أو بناء

---

(1) "Les Cossommateurs Sont Les Personnes qui se procurent ou qui utilisent des Biens ou des Services Pour un usage Non Professionnel".

وهذا التعريف للمستهلك يعنى أن المستهلكين هم الأشخاص الذين يحصلون أو يستعملون السلع أو الأموال والخدمات للاستعمال غير المهنى. راجع:

Jean Calais – Auloy, op. cit. p. 1 ets.

منزل أو اقتراض مال لازم لمعيشته[1]، ولم يكن الهدف من هذا الاستهلاك – سواء أكان بتصرف قانوني أو واقعة مادية – إدخال السلعة أو الخدمة في عملية أخرى تتعلق بالتجارة أو الزراعة أو الصناعة، وبذلك يعد هذا العنصر أو المقوم نقطة إرتكاز التنظيم القانوني لحماية المستهلك ومناط سريان أحكامه الحمائية، ومعياراً للتمييز بين المستهلك والمهني، ومن ثم يجب حتى يتصف الشخص بصفة المستهلك أن يهدف من قيامه بعملية الاستهلاك تحقيق غاية شخصية، أي إشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية، وليس هدف إنتاجي.

المبحث الثاني
ماهية الحماية وجدلية وصف المهني بالمستهلك

تقسيم :-

تدور فكرة حماية المستهلك حول مدى اعتماد مفهوم واحد لمعنى الحماية او اعتماد اكثر من مفهوم لمعنى الحماية تختلف باختلاف مجال الدراسة.كما ان هذا الاعتماد يتطلب بداية تحديد مفهوم المهني و يرتبط ذلك ايضا باشكالية فقهية و قضائية تثور بشأن مدى امكانية انزال وصف المستهلك على المهني في معاملاتة الغير مهنية ولكن في غير حالات الاشباع الحاجات الشخصية. ونتناول دراسة ذلك كله في المطالب التالية :-

المطلب الأول :- التعريف بفكرة حماية المستهلك .
المطلب الثاني :- المهني و جدلية وصفه بالمستهلك .

المطلب الأول
التعريف بفكرة حماية المستهلك

نتناول في هذا المطلب بالبحث معنى أو المقصود بحماية المستهلك وبيان مجالات هذه الحماية وتحديد خصائصها، واستعراض أساليب هذه الحماية وذلك كما يلي:

---

(١) راجع، د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ١٤.

الفرع الأول
مفهوم حماية المستهلك

أولاً: المقصود بحماية المستهلك:

يعرف البعض من الفقه حماية المستهلك بأنها توفير الأمان للمستهلك بمعناه الشامل تحقيقاً لمقومات الحد الأدنى من الحياة الكريمة(1) من خلال تعظيم قدراته في التصدى للممارسات الضارة بمصالحه. واتخاذ الإجراءات الكفيلة التي توفر له هذه الحماية إجمالاً، وفى مختلف الاتجاهات(2).

ويدعم البعض الآخر التعريف المتقدم من خلال القول بأن حماية المستهلك تعنى حقوقه وضمان حصوله على تلك الحقوق قبل البائعين بكافة صورهم سواء أكانوا تجاراً أو صناعاً أو مقدمى خدمات، وفى إطار ذلك ينظر البعض إلى حماية المستهلك باعتبارها حركة اجتماعية تهدف إلى ضبط حقوق وقوى المشترين فى علاقتهم بالبائعين فهى تبحث عن المصلحة العامة أو الجماعية للمستهلكين فى جميع المجالات. أو بمعنى آخر هى الجهود المشتركة والمنظمة فى المجتمع لحماية حقوق المستهلك فى معاملاته مع الغير سواء أكان التعامل فى سلعة أو خدمة. ومع ذلك ننتقد البعض هذا التعريف حيث يرى أن الحماية ككلمة تعنى درء الخطر أو عندما يضاف إليها كلمة المستهلك فإن هذا يعنى درء الخطر عن المستهلك(3).

---

(1) راجع: د. أنور أحمد رسلان، مفهوم حماية المستهلك، تقرير مقدم إلى ندوة حماية المستهلك فى العالم العربى، جامعة الدول العربية، القاهرة، ١٩٩٨، ص ٢، وراجع كذلك: د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٤٣.

(2) راجع د. أبو العلا على أبو العلا النمر، حماية المستهلك فى العلاقات الخاصة ذات الطابع الدولى، ص ٩، مشار إليه لدى : د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٤٣.

(3) راجع فى كل ذلك، عادل قورة، الحماية التشريعية فى مصر، مرجع سابق، ص ٦ – ٧.

ويعرف البعض الآخر حماية المستهلك بأنها مجموعة القواعد والسياسات التى تهدف إلى منع الضرر والأذى عن المستهلك، وكذا ضمان حصوله على حقوقه قبل البائعين[1].

وفى ضوء ما تقدم نرى أن المقصود بحماية المستهلك يتحدد فى إطار التمييز بين معنيين مختلفين لحماية المستهلك، المعنى الأول وهو معنى عام ينصرف إلى السياسات المختلفة التى تضمن نجاح وفاعلية الاستهلاك بوصفه آخر مراحل الدورة الاقتصادية، وبوصفه أحد العناصر الأساسية فى السوق.

والمعنى الثانى وهو المعنى الخاص، أو القانوني، حيث تعنى حماية المستهلك ضمان الأمان – بمعناه المختلف – لشخص المستهلك، وذلك من خلال منظومة قانونية تكفل حد أدنى من الحقوق والحياة الكريمة للمستهلك – من جوانبها المختلفة – والتى منها الصحية والاقتصادية والاجتماعية والتعاقدية. ويؤكد ذلك ما أورده المشرع المصرى فى المادة رقم ٢ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ حيث اعتمد الحقوق الاسياسية للمستهلك و قرر انه يجب ألا يمس بها أحد.

ثانياً: مجالات وخصائص حماية المستهلك:

يحصر البعض من الفقه مجالات حماية المستهلك فى أربعة فقط هى صحته وسلامته ومصالحه الاقتصادية، وإرادته التعاقدية، وفكره أو ثقافته[2]، وإن كنا نرى أن حماية المستهلك لا تقتصر من ناحية أولى على حماية مصلحة المستهلك وحده، وإنما أيضاً تمتد لحماية مصلحة المهنى تحقيقاً لحماية مصلحة المستهلك، كما أنها لا تقتصر على المجالات المذكورة بل تمتد لغيرها حيث حماية البعد الوطنى والدينى للمستهلك وغيرها، ومن ثم فإن ما أورده الفقه والقانون من مجالات للحماية هى مجرد أمثلة وليست حصراً لها.

---

(١) عادل قورة، المرجع السابق، ص ٧.

(٢) راجع: د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٤٢.

١ـ مجالات حماية المستهلك:

نحاول فيما يلى أن نوضح أكثر مجالات حماية المستهلك ظهوراً واهتماماً لدى المجتمع وخاصة تلك التى تناولتها التشريعات المختلفة بالتنظيم.

أـ حماية صحة المستهلك:

تحتل صحة المستهلك المكانة الأولى فى موضوعات التنظيم القانونى لحماية المستهلك، حيث تمثل صحة المستهلك مجالاً حيوياً يحتل قدراً من الأهمية بالنظر إلى طبيعة المصلحة المحمية، خاصة فى ضوء التطور الصناعي والتكنولوجي الذى صاحب إنتاج السلع وتقديم الخدمات، فقد أختفى إلى حد ما ذلك النموذج البسيط للسلعة، والتى كانت تتكون من بعض المواد الطبيعية أو الخامات الأولية حيث تداخلت الكثير من الخامات وغيرها، وقد أدى استخدام المواد الكيمائية والإشعاعية والأنظمة الكهربائية والميكانيكية إلى تعرض صحة الإنسان وسلامته لقدر كبير من الخطر[١].

ويضاف إلى ذلك أمراً آخر وهو أكثر خطورة يتمثل فى تعد المنتجين بغش منتجاتهم باحتوائها العديد من المواد الضارة بالصحة أو المنتهية الصلاحية بهدف تحقيق أكبر قدر من الربح، فى الوقت الذى يثق فيه المستهلكون فيما يعرض عليهم من سلع أو يقدم إليهم من خدمات، خاصة وأنه ليس لديهم الوقت أو العلم اللذان يسمحان لهم بتتبع مصادر السلع والوقوف على مدى سلامتهما[٢].

ولذلك كان الاهتمام بوضع الضوابط والمعايير التى يجب أن تخضع لها السلعة عند إنتاجها، وكذلك اعتماد التدابير المناسبة، وبصفة خاصة التدابير القانونية وأنظمة السلامة لضمان الأمان فى المنتجات وتحديد المواصفات التى تمثل الحد الأدنى الواجب توافره فى المنتجات، حتى يتحقق عنصر السلامة

(١) راجع: د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٤٤.
(٢) راجع: د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٤٤.

للمستهلكين، بالإضافة إلى إيجاد نظام فعال لسحب المنتجات التى تظهر خطورتها بعد طرحها فى الأسواق مع إخطار وإعلام جمهور المستهلكين بذلك[1].

ب ـ حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك:

ويقصد بحماية المصالح الاقتصادية للمستهلك عدم جواز زيادة الجانب السلبى فى الذمة المالية للمستهلك بمناسبة المعاملة الاستهلاكية دون مقتضى مشروع، بحيث يتمكن المستهلك من الحصول على الفائدة المثلى من موارده المالية وحماية هذه الموارد من أى ممارسة ضارة بها، ومن ثم تتحقق الحماية اللازمة للمصالح الاقتصادية للمستهلك.

فالمستهلك كأثر لإقباله على التعاقد يهدف إلى حيازة السلعة والانتفاع بها على نحو يوازى – على الأقل – ما سدده مقابلاً لذلك. والذى من المفترض أن يكون لأجزائه ما يناظرها من عناصر السلعة كماهيتها وقدرها، وجودتها ومتانتها ومطابقتها للمواصفات، وملاءمتها للغرض المخصص من أجله وخلوها من العيوب ... إلخ[2].

ولذلك فإن المصالح الاقتصادية للمستهلكين تتأثر بصورة مباشرة لدى تخلف أى من هذه العناصر أو تعرضها للنقص، وبصورة غير مباشرة عندما تتقلص فرص الاختيار أمامه بين هذه السلعة وبين ما يماثلها فى السوق[3].

وترتيباً على ذلك فإنه يرتبط بهذا النوع من أنواع مجالات أو موضوعات حماية المستهلك وجود منافسة نزيهة وفعالة بين المنتجين، تؤثر إيجاباً فى إنتاج السلع وتقديم الخدمات بصورة جيدة، وبأقل تكلفة، ويرتبط بذلك

---

(١) راجع : د. حسن عبد الباسط جميعى، مناهج حماية المستهلك فى مصر والعالم، مرجع سابق، ص ٦.

(٢) راجع : د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٤٤ – ٤٥، وراجع د. راضى عبد المعطى السيد، المرجع السابق، ص ١٦٤.

(٣) راجع : د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٤٥.

أيضاً، إنتاج السلع وفقاً لمعايير سليمة تراعى فيها الأصول الفنية المعتمدة من جهات علمية معترف بها[1].

ومما ينال من تحقيق المصالح الاقتصادية للمستهلكين تعرض السلع والخدمات لأساليب الغش المختلفة على نحو يتحقق معه العبث بمكوناتها، والتى لها ما يناظرها فى الثمن المدفوع، وكذلك تأثر المستهلك بوسائل الإغراء المختلفة التى تتضمنها الوسائل الإعلانية والتى تهيئ له السلعة بصورة تفوق قيمتها الحقيقية[2].

ويرتبط بمجال المصالح الاقتصادية أيضاً مدى توافر نظام لصيانة السلع وآخر لتوفير خدمات ما بعد البيع، وقطع الغيار اللازمة[3]. وكذلك يتأثر هذا المجال بمدى وجود تدابير قانونية وإدارية تضمن للمستهلك الحصول على التعويضات – متى قضى بها – وفق إجراءات سريعة ومنضبطة ومنخفضة التكاليف[4].

ج ـ حماية الإرادة التعاقدية للمستهلك:

من الأهمية بمكان حماية الإرادة التعاقدية للمستهلك باعتبارها مصدراً للتعبير عن الرغبة فى التعاقد، حيث يجب أن يتكامل لها عنصر قوتها من الحرية والوعى والسلامة، فيجب بداية أن تتحرر هذه الإرادة من أية ضغوط تدفعها إلى التعاقد دون رغبة حقيقية، ومثال هذه الضغوط، الإعلانات التجارية، بما تحتوى عليه من وسائل حث على التعاقد، فى ضوء ما تتضمنه من مبالغات وأساليب إغراء مختلفة[5].

---

(١) راجع: د. حسن عبد الباسط جميعى، المرجع السابق، ص ٧ وراجع كذلك د. أنور أحمد سلامة، المرجع السابق، ص ٥.

(٢) راجع: د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، نفس الموضع.

(٣) راجع: د. حسن عبد الباسط جميعى، المرجع السابق، ص ٧، وراجع: د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٤٥.

(4) MARKOV: Is (YVAN), La directive C. E. E du 25 Juillet 1985 sur La Responsabilité du Fait des Produits de Fectueux. L. G. D. J, 1990. P. 90.

(٥) راجع: د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، نفس الموضع، وكذلك راجع د. أبو العلا على أبو العلا النمر، المرجع السابق، ص ٨.

كذلك يجب أن تتحرر هذه الإرادة من الضغوط التى أتت بها بعض وسائل البيع المستحدثة ومثاله البيع بالمنزل، ولا سيما البيع عبر الوسائل الإلكترونية الحديثة. وفى نفس المقام، يجب أن تكون الإرادة بمنأى عن الممارسات التعسفية والعدوانية الصادرة عن المتعاقد الآخر، والتى يعد من أوضح مصادرها تلك العقود سابقة الإعداد - أى العقود النموذجية - التى تختفى معها قدرات المستهلك على مناقشة بنود العقد أو التفاوض بشأن شروطه على نحو ينال من مصالحه بوجه عام[1].

وتتحقق أيضاً حماية الإرادة التعاقدية للمستهلك متى كانت واعية ومثقفة، يتوافر لها قدراً من المعلومات - فيما يتعلق بمجال المعاملة بالمعنى الواسع - على نحو يستطيع معه المستهلك أن يقف على حقيقة مصالحه[2].

وتتنوع هذه المعلومات فمنها ما يكون بشأن السلعة وعناصرها، ومنها ما يكون بشأن ظروف التعاقد، أو الإجراءات الإدارية والإرادية ذات العلاقة والقواعد القانونية الحاكمة والأساليب الحمائية وما إلى ذلك، وكذلك فى شأن الخدمات. كما يجب أن تكون هذه الإرادة سليمة وخالية من العيوب التى تبطل التصرفات بوجه عام.

د- حماية الكيان المعنوى للمستهلك:

يعد من أكثر مجالات الحماية تعقيداً مجال الكيان المعنوى للمستهلك، حيث حماية فكر المستهلك وثقافته، ويقصد بذلك أيضاً إلمام مجموع المستهلكين بما قد يتوافر من معلومات حول السلع والخدمات، وظروف السوق بوجه عام بهدف أن يتكون لديهم قدراً من الثقافة فيما يتعلق بالمسألة الاستهلاكية إجمالاً، وهو الاتجاه الذى يمثل أحد أساليب الإدراك للواقع الاجتماعى، بما يشتمل عليه

---

(١) راجع: د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٤٦.
(٢) المرجع السابق، نفس الموضع.

من علاقات ونخم وفهم لما يدور من أحداث، وما يعقبها من ردود أفعال متباينة على نحو يتحقق معه الوصول إلى مستوى من الوعى الاستهلاكى، بوصفه أهم الدعامات التي تساهم في تبصير المستهلكين بحقوقهم وواجباتهم[1].

وبطبيعة الحال، فإن هذا المجال من مجالات الحماية - على وجه الخصوص - لا تتحقق مقوماته إلا تنفيذاً لتوجيهات عامة تشارك فيها الدولة بمختلف مؤسساتها من خلال توفير الهياكل الأساسية المنوط بها وضع سياسات حماية المستهلكين وتنفيذها والتي تهدف إجمالاً إلى نشر الوعي بين المواطنين عملاً على تنامي مداركهم من خلال إمدادهم بكافة المعلومات المطلوبة عن السلع والخدمات. على نحو يؤهلهم لقيامهم بدورهم كعناصر فعالة في تحقيق حمايتهم من جانب، وتمكينهم مستقبلاً من الاختيار الواعي من بين السلع المثيلة فى السوق من جانب آخر، وفى هذا الإطار يجب وضع برامج تثقيفية تتناول موضوعات عديدة، ومن أمثلتها الصحة العامة، والتحذير من المواد الضارة بالسلع والمنتجات والإحاطة بالمخاطر الكامنة فيها، مع التعرض بالتحليل والمواجهة لأساليب الغش[2].

ويساهم أيضاً علم او معرفة المستهلك بالتشريعات الحمائية والجهات المعاونة للحماية فى تحقيق تنظيم افضل لعلاقاته الاستهلاكية ومن ثم تحقيق سهولة فى اقتضاء حقوقه إذا ما أضطر إلى التقاضي. كما ان مفهوم الكيان المعنوى ينصرف أيضاً الى أن القائمين على السلع والخدمات عليهم التزامات بالحفاظ على المعتقدات الخاصة بالمستهلكين وديانتهم وعدم الإساءة إليهم وغيرها من المعنويات خلال المعاملات الاستهلاكية.

---

(١) المرجع السابق، نفس الموضع، وما جاء بكلمة السيد الوزير، حسن خضر، بندوة حماية المستهلك فى النظام العالمى الجديد، المنعقدة بوزارة التموين المصرية. فى ٢٠٠٠/١١/٢. ص ٩.

(٢) راجع، د. حسن عبد الباسط جميعي، المرجع السابق، ص ٢١.

هذا وتبرز أهمية نشر مواصفات السلع والمنتجات والمواد الداخلة فى تكوينها فى أنها تمثل الحد الأدنى من العلم الواجب الإحاطة به عن كل سلعة، مع عقد مقارنة بينها وبين ما يماثلها فى السوق لإمكانية التمييز بين الجيد والردئ[1].

وعملاً على إزالة أى عوائق تحول دون وصول المعلومات للمستهلك بصورة واصحة وفعالة، فأنه يجب تجنب الألفاظ الفنية والمعقدة، فضلاً عن إلزام المؤسسات التى تتخذ أسماء أجنبية لنشاطها لتوهم المستهلك بجودة منتجاتها، أن تدون كافة المعلومات المتعلقة بالسلعة على أغلفتها باللغة العربية[2].

ويجمل البعض القول بأن حماية المستهلك فيما يتعلق بكيانه المعنوى (ثقافته وفكره) اتجاه يهدف إلى تخليصه من سلبياته فى مواجهة الانحراف، بداية من بث المعارف المختلفة لإنارة النقاط المظلمة من وعيه، ومروراً بعمليات الإقناع بالسلوك الواجب الأخذ به، وربط بمصالحه الواقعية، وانتهاءً بتفهمه لأبعاد حقوقه ما بين الممنوع والمسموح به، والمحمى بقوة القانون[3].

وينعكس هذا المجال فى حق المستهلك فى المقاطعة حيث يجمع المستهلكين والمؤسسات القائمة على حماية المستهلكين على عدم استخدام واقتناء سلع أو خدمات لمؤسسات معينة متى يثبت عدم احترام تلك المؤسسات لرغبات وحقوق المستهلكين، وكذلك حق المستهلك فى مقاطعة أى منتج او مؤسسة أو شخص أو خدمة لا تحترم ثقافته وفكره، وكان لذلك تطبيقاً تاريخياً هاماً حيث ما طبقه الزعيم الهندى الراحل "غاندى" من مقاطعة للمنتجات البريطانية.

---

(١) راجع د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، نفس الموضع.

(٢) راجع، محمد يونس عبد السميع المحلاوى، البعد اللعوى فى منظومة حماية المستهلك، تقرير مقدم إلى ندوة حماية المستهلك فى العالم العربى، الجوانب القانونية للحماية، القاهرة، ٦ – ١٩٩٧/٤/٨. ص ٢.

(٣) راجع، كلمة الوزير حسن خضر، سابق الإشارة إليها، ص ٥.

٢ـ خصائص حماية المستهلك:

خلصت الدراسات التى تناولت بالدراسة ظاهرة حماية المستهلك إلى أن حماية المستهلك تتميز بعدة خصائص تختلف بحسب أساس النظر إليها ،فمن حيث الأشخاص الخاضعين للحماية – أى المستهلكين – نجد أن الحماية تتسم بالعمومية، ومن حيث المعاملات ومحلها – أى موضوع العلاقة الاستهلاكية – نجدها حماية شاملة لكافة المعاملات باختلاف محلها و مراحلها، وهى من حيث الزمان حماية دائمة وليست مؤقتة، ومن حيث الغاية فهى حماية تتسم بالعدالة والملاءمة حيث لا ميل فيها لمصلحة شخص على حساب شخص[1]. ونوضح هذه الخصائص فيما يلى:

أـ الخصيصة الأولى: عمومية الحماية:

يتضح من الدراسات المتخصصة أن مناط التمتع بالحماية التى أقرتها قواعد قوانين الاستهلاك المختلفة هو أن يكون المتعاقد مستهلكاً، ولم تقم هذه القواعد أى تفرقة بين طوائف المستهلكين، خاصة أن الواقع العملى يرفض ذلك، وهو الاتجاه الذى ألصق بهذه الحماية صفة العمومية، بمعنى أن يتمتع بها كل من ينطبق عليه وصف المستهلك بحسب التحديد السابق بيانه فى شأن مفهوم المستهلك[2].

هذا وبالرغم من أن موضوعات الحماية بأبعادها المختلفة تتمشى مع مفردات العديد من المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية كما تناولها أكثر من قانون، إلا أنه يظل لها ذلك الطابع من العمومية[3].

---

(١) راجع، د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٤٨ وما بعدها، وكذلك راجع: د. أنور أحمد رسلان، المرجع السابق، ص ٥ وما بعدها، وكذلك راجع د. راضى عبد المعطى على السيد. المرجع السابق، ص ٧٢ وما بعدها.

(٢) راجع، د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٤٨.

(٣) المرجع السابق، نفس الموضع.

ب ـ الخصيصة الثانية: شمولية الحماية[1]:

لن تفى حماية المستهلك بمتطلباتها إلا إذا أحاطت بجميع تعاملاته، دون التفرقة بين مرحلة وأخرى أو بين مجال وآخر.

وبتطبيق ذلك على الحماية العقدية ـ كأحد موضوعات حماية المستهلك ـ فأنه يجب أن تشمل الحماية كافة مراحل العقد، بداية بالمرحلة التى تسبق إبرامه، ومروراً بمرحلتى إبرامه، وتنفيذه، وانتهاءً بالمرحلة التى تلى ذلك. كما يجب أن تشمل الحماية كافة المواقف والموضوعات المتعلقة بالعلاقة العقدية إجمالاً كأطرافها والعقد والمعقود عليه، والظروف العقدية والقواعد القانونية الحاكمة.كما انها تشمل كذلك المرحلة السابقة على التعاقد الاساسى .

وفى هذا الإطار أيضاً يجب أن تكفل الحماية جميع المستهلكين فى كل أنحاء الدولة دون تفرقة بين إقليم وآخر[2]. كما تشمل كافة السلع والخدمات.

ج ـ الخصيصة الثالثة: ديمومة الحماية :ـ

يلزم لتوفير حماية فعلية للمستهلكين وجوب الاستمرار فيها ،بمعنى أنه يجب أن يتم الاستفادة من مبادئها وقواعدها بشكل دائم، ودون تخصيص وقت معين لذلك، أو الارتباط بظروف معينة، بل على العكس فإن ما وصلت إليه الحماية من مستوى لا يجب التنازل عنه أو التهاون فيه، إنما هى فى حاجة إلى إحراز المزيد من التقدم.فى ضوء ما يعترى المجال الاستهلاكى عموماً من تغيير مستمر بشكل يستدعى التفكير فى أساليب وأنماط حمائية أخرى لمواجهتها[3].

---

(١) المرجع السابق، ص ٤٨ ـ ٤٩.

(٢) راجع د/ راضى عبد المعطى على السيد، المرجع السابق، ص ٧٢، وكذلك راجع د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٤٩.

(٣) راجع: د.عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٤٩. وراجع كذلك د. راضى عبد المعطى على السيد، المرجع السابق، ص ٧٣.

د- الخصيصة الرابعة: العدالة والملاءمة[1]:

ليس الهدف من حماية المستهلك هو انتصار مصالح فئة اجتماعية على مصالح فئة أخرى، بل الهدف هو دعم مصالح المستهلك – بوصفه الطرف الضعيف فى العلاقة العقدية – فى السوق بطريقة فعالة. لذلك فأنه يجب أن تتصف الحماية بالعدالة فى موازنتها لحقوق وواجبات ومصالح وأطراف كل تعامل[2]. كما لا يجب أن تتخذ هذه الحماية صور مناقضة لآليات السوق أو تمثل عائقاً أمام حرية التجارة لا سيما التجارة الدولية أو تتعارض مع مقتضياتها[3]، بل تعمل على تحقيق منظومة استهلاك ناجحة فى اطار تشجيع ممارسة الانشطة الاقتصادية المختلفة تحقيقا للتقدم الاقتصادى المنشود فى المجتمع وخارجه.

٣- آليات حماية المستهلك:

تتعدد وتتنوع آليات حماية المستهلك إلى آليات علمية وآليات اجتماعية وأخرى قانونية ونوضح تفاصيل كل آلية كما يلى:

أ- الآليات العلمية لحماية المستهلك:

يقصد بآليات الحماية العلمية الأساليب العلمية لحماية المستهلك أى هو ذلك البعد الذى تساهم به الجهات العلمية والبحثية المختلفة فى تحقيق الحماية للمستهلكين من خلال القيام ببعض الأنشطة العلمية ذات الاتصال بالجماهير فيما يتعلق بأمور معيشتهم. ويقتضى ذلك توفير المرافق اللازمة لاعتماد سلامة وجودة أداء السلع والخدمات الاستهلاكية والأساسية وفن معايير موضوعية

---

(١) راجع: د.عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، نفس الموضع.

(٢) راجع، د. أنور أحمد رسلان، الحماية التشريعية للمستهلك، تقرير سابق، ص ٨.

(٣) راجع، د. حسن عبد الباسط جميعى، المرجع السابق، ص ١٩ وكذلك راجع: د.عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٤٩.

وعلميــة والإعــلان عنهــا لجمهــور المــستهلكين، وتنظــيم النــدوات وإلقــاء المحاضرات بهدف التعريف بها[1].

ويتطلـب ذلـك أيـضاً الاهتمـام بتحديـد المواصـفات القياسـية وعلامـات الجودة والأمان للسلع والخدمات بشكل يؤدى إلى توجيه إرادة المستهلك توجيهاً صحيحاً الاختيار من بينها – أى من بين السلع والخدمات – ذات الطبيعة الآمنة والمستوى الجيد، ذلك أن سعر السلعة لم يعد هو المعيار الوحيد الذى يـدل علـى جودتها[2].

وتـستمد مواصـفات الأمـان والجـودة أهميتهـا لـيس فقـط بوصـفها أحـد الأساليب الناجحة فى الوقاية من المخاطر المحتملة للمنتجات بل لأنها فضلاً عن ذلك تمثل معياراً منضبطاً لمساءلة المقصرين عن عمد أو عن إهمـال فـى تـوفير سـلع ومنتجـات يـؤدى استعمالها إلـى إلحـاق الـضرر بالمستهلكين، هـذا بالإضافة إلى دورها فى دفع المنتجات الآمنة والجيدة إلى المواقع التـى تستحقها بين فيض المنتجات التى لم نعد نعرف بسهولة كيفية الاختيار من بينها[3].

وفى هذا الإطار أيضاً تبرز أهمية إصدار شهادات رسمية عن الجهات العلمية، تهدف إلى توثيق نسبة السلع إلى منتجاتها، وإلى توضيح بعض المزايا الخاصــة التــى قـد تتـوافر فــى بعـض المنتجـات، وأيـضاً إلــى إعــلام جمهـور المستهلكين وبصورة مبسطة بنتائج التحاليل المعملية والدراسات التى أجريت حول هذه المنتجات[4].

---

(١) راجع د. أنور أحمد رسلان، المرجع السابق، ص ٥.

(٢) راجع: د.حسن عبد الباسط جميعى، قياس جودة ومستوى الأمان فى إطار التوازن بين مصالح المنتجين والمستهلكين، أبحاث مركز الدراسات القانونية والفنية لنظم الاستهلاك وحماية المستهلك، ص ٢، راجع، د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٥٠.

(٣) راجع، د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٥٠.

(٤) راجع، د. حسن عبد الباسط جميعى، المرجع السابق، ص ٤ وكذلك راجع د. أنور أحمد رسلان، المرجع السابق، ص ٥ .. راجع أيضاً د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٥٠ – ٥١.

ب ـ الآليات الاجتماعية لحماية المستهلك:

فى ضوء ما لحق بالعملية الاستهلاكية من تداعيات وقصور أجهزة الدولة – إلى حد ما – فى مواجهتها، برز الاهتمام بإنشاء جمعيات أهلية تهدف إلى تدعيم ومساندة هذه الأجهزة وصولاً الى تحقيق حماية أفضل للمستهلك[1].

وقد قام بتكوين هذه الجمعيات عدد من أفراد الشعب يمارسون هذا العمل الاجتماعى بالقدر والأسلوب الذى يتلاءم مع أنظمة الدولة وبصورة تتوافق مع الظروف الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والبيئية لها[2].

وتؤدى هذه الجمعيات دورها فى حماية المستهلك من خلال العديد من الأعمال، ومنها ما يلى[3]:

- نقل ما يتوافر من معلومات عن السوق إلى أجهزة الدولة المختصة للتصرف فيها، وفقاً للقواعد واللوائح المنظمة لاقتصاد السوق ومنع الغش التجارى والاحتكار.
- التنسيق بين الجهود والخبرات لتوفير الوسائل المختلفة للدفاع عن مصالح المستهلكين.
- خلق الوعى العام لدى المستهلك حول السلع والخدمات وعلاقتها بصحته وسلامته.

---

(١) راجع د. أحمد عبد العال أبو قرين، نحو قانون لحماية المستهلك، مرجع سابق، ص ٢٩، وراجع كذلك د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٥١.

(٢) راجع: د.عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، نفس الموضع.

(٣) راجع: د.عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٥١ – ٥٢، وراجع كذلك. د. جمال فاخر النكاس، حماية المستهلك، وأثرها على النظرية العامة للعقد، مرجع سابق، ص ٥٤، وكذلك راجع: د.حسن عبد الباسط جميعى، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك فى عقود الإستهلاك، مرجع سابق، ص ٢٨، وكذلك د. حسن عبد الباسط جميعى، إعلام المستهلك، وتوجيه إرادة المستهلك نحو الاختيار الواعى، أبحاث مراكز الدراسات القانونية والفنية لنظم الاستهلاك وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، ص ٣.

- إرشاد المستهلك إلى السبل التى تمكنه من الوقوف على مدى ملاءمة السلع والخدمات والمنتجات لتحقيق أغراضه من التعاقد.
- نوعية المستهلكين من خلال وسائل الإعلام المختلفة.
- إجراء الاستطلاعات والأبحاث وإعداد الدراسات المقارنة للسلع والخدمات الاستهلاكية، من حيث جودتها وصلاحيتها وأسعارها بهدف تمكين المستهلك من تجنب أخطارها والاختيار من بينها.

وخير تطبيق على هذا، ذلك الدور الذى لعبته المؤسسات الجماعية فى أوربا فى تحقيق هذا الجانب الاجتماعي لحماية المستهلكين، من بينها على سبيل المثال لجنة الاتصال بالمستهلكين التابعة للجماعة الأوربية والمنشأة عام ١٩٦٢. والمنوط بها تمثيلهم فى كافة ما يتعلق بشئونهم، وتضم هذه اللجنة فى عضويتها خمس منظمات من بينها المكتب الأوربى لاتحاد المستهلكين. وفى أعقاب حل هذه اللجنة فى فبراير ١٩٧٢، تركت مكانها لجهاز متخصص فى بحث المسائل المتعلقة بالمستهلكين الذى يُعد وحدة إدارية منوط بها الحرص على وضع المبادرات الصادرة من اللجنة الأوربية فى الهيئات والاتفاقيات الدولية.

وفى شهر سبتمبر ١٩٧٣، تم إنشاء اللجنة الاستشارية للمستهلكين، والتى تضم فى عضويتها العديد من منظمات حماية المستهلكين على المستوى الأوربى، وتختص هذه اللجنة بصياغة الآراء فى شأن المقترحات التى تعرضها على اللجنة الأوربية، فضلاً عن مناقشة أى آراء ابتكارية تتقدم بها وذلك بهدف الوصول إلى إقامة جسر دائم من الحوار بين المنتجين والمستهلكين على نحو يؤدى إلى إضفاء صفتى الموضوعية والفعالية على كافة النصوص التى تقوم الجماعة الأوربية بإصدارها فى شأن حماية المستهلك بل وتحفيزها على القيام بمثل هذا الدور متى كان لذلك مقتضى.

وكان أول هذه الإصدارات قرار المجلس الأوربى الصادر فى ١٤ أبريل ١٩٧٥ كأثر لذلك البرنامج الذى وضعته الجماعة الاقتصادية الأوربية فى شأن حماية المستهلكين وإعلامهم[(١)]. ولعل أكثر الأمثلة إيضاحاً لذلك جمعيات حماية المستهلك فى فرنسا ودول الاتحاد الأوربى[(٢)].

ج ـ الآليات القانونية لحماية المستهلك:

يرى بعض الفقه أن آليات الحماية القانونية للمستهلك تنحصر فى صورتى الحماية النظرية "التشريعية والحماية التطبيقية"[(٣)]. ومع ذلك فإن هذا القول يعبر عن تقسيم مدرسى للآليات القانونية لحماية المستهلك نتبعه فى بيان الآليات القانونية لحماية المستهلك كآلية من آليات الحماية عامة.

١ـ الحماية التشريعية:

تتمثل الحماية القانونية للمستهلك فى الأساس فى إصدار التشريعات ـ العادية والفرعية ـ التى تقرر حداً أدنى من الحقوق اللازمة لحماية المستهلك فى مواجهة المتعاقد أو المتعامل، كما أنها تفرض الكثير من الالتزامات على الأشخاص المختلفة القائمة على الأنشطة الاقتصادية المتعلقة بالمستهلك. كما هو فى نصوص قانونى الاستهلاك المصرى والعمانى.

ولهذا نجد أن البعض من الفقه يرى أن هذا النوع من الحماية يتميز بالطبيعة الوقائية، حيث يرى أن هذه التشريعات والقرارات ـ غالباً ـ ما تحدد مسبقاً المواصفات التى يجب أن تكون عليها المنتجات وقياسات درجة جودتها،

---

(١) راجع:
- MARKOVITS (YVAN), La direcuve C. E. E du 25 Juilllet 1985. sur La responsabilité du Fait des producuits de Fectueux, op. cit. p. p. 88 – 89.

(٢) راجع:
- Jean Calais (Auloy), Droit de la Consommation, Dalloz, Paris, 1992. p. 7 et s.
- P TZZTO (J. P). Code de La Consommation 2éd, 1996. p. 1 et s.

(٣) راجع د. أنور أحمد رسلان، المرجع السابق، ص ٦، وكذلك راجع: د.عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٥٣.

ولا يجب أن تقتصر هذه التشريعات والقرارات على تلك القواعد التى تطبق على العلاقات التى تنشأ بين المستهلك والمهنى فقط بل يلزم أن تمتد لتشمل كل ما يمكن أن تتأثر به هذه الحماية بالمعنى الواسع، مثل قواعد تنظيم المنافسة بين المنتجين والقواعد التى تواجه غزو المنتجات الواردة من الخارج، والقواعد التى تعمل على تنظيم الرقابة على المنتجات، حتى فى المراحل التالية للتداول، والقواعد التى تعمل على تحديد الجهات الرقابية وأساليب عملها، والقواعد التى تعمل على التنسيق مع قواعد الاستهلاك المطبقة فى الدول الأخرى لأثر ذلك إيجاباً على حرية تبادل التجارة بين الدول، والقواعد التى تنظم عمل جمعيات حماية المستهلك[1]، والقواعد التى تنظم مجالات الانتاج والاستيراد، وهذا الأمر يتطلب فى مجموعه مراجعة التشريعات القائمة لتعديلها، وإصدار تشريعات جديدة فى المجالات التى تفتقر إليها متطلبات الحماية بوجه عام[2]. مع أن لهذه التشريعات عامة فى رأينا أيضاً دور علاجى حيث القواعد المنظمة لمسئولية المنتج أوالموزع أو المهنى عامة فى مواجهة المستهلك.

ومن الجدير بالذكر أن الحماية التشريعية للمستهلك عامة تصنف حسب طبيعة موضوع القاعدة القانونية إلى حماية قانونية مدنية للمستهلك – عقدية وغير عقدية –حيث التزام المهنى بالإعلام قبل التعاقدى ومهلة التروى والعدول ،وحماية قانونية جنائية للمستهلك، حيث المسئولية الجنائية للمنتج عن مخالفة أحكام محاربة الغش والخداع فى الإنتاج و معاملات الاستهلاك.

---

(١) ويتضح ذلك من نصوص قانون حماية المستهلك المصرى الحالى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ خاصة المادة ١٢ وما بعدها، راجع عبد الله عبد العزيز الصعيدى، الأهمية الاقتصادية لتشريعات حماية المستهلك، مرجع سابق، ص ٦، المستشار فاروق العربى، دور التشريعات فى إقامة التوازن بين المستهلك والتاجر، بحث مقدم لندوة حماية المستهلك فى الشريعة والقانون، بجامعة الإمارات، الفترة من ٦ – ٧ ديسمبر ١٩٩٨، ص ٦.

(٢) طبق ذلك على المواد أرقام ٣، و٤، ٦ من قانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦، وراجع: د.عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٥٣.

٢ـ الحماية التطبيقية:

لا يمكن لأى قانون أو لائحة مهما كان حازماً أن يحقق الأهداف المرجوة منه إلا إذا اشتمل على تنظيم دقيق ومتوافق مع الاحتياجات التى دعت إلى إصداره، فضلاً عن تولى الأجهزة التنفيذية والقضائية فى الدولة متابعة تطبيقه بحزم وصدق[1]، ولذلك فإن الحماية التطبيقية لها مظهران، الأول تنفيذى أى إدارى، والأخير قضائى. ونوضح ذلك فيما يلى:

أ. المظهر الأول: الحماية التنفيذية أو الإدارية:

تعتبر الإدارة صاحبة الدور الفعال والاختصاص الأصيل فيما يتعلق بمهمة التطبيق الفعلى للقواعد القانونية التى تكفل حماية المستهلك باعتبار أنها الجهة المنوط بها تنفيذ هذه القواعد من ناحية، وبالنظر إلى قدرتها على دقة وسلامة تنفيذها بما يحقق الحماية على أرض الواقع من جهة أخرى[2].

وترتيباً على ذلك فإن حماية المستهلك تدخل فى صميم اختصاص الجهات الإدارية المختلفة بالدولة، أى التنفيذية، سواء أكانت مركزية أم لا مركزية، وسواء أكان ذلك بطريق مباشر، أم غير مباشر، ومن ثم يجب أن تتضافر جهود كل الجهات الإدارية لتحقيق أهداف هذه الحماية[3].

والقيام بدور الحماية من قبل الإدارة يجب أن يكون متوازناً يراعى فيه كافة المصالح فى السوق، ويراعى فيه مصالح كافة الأطراف المتعاملة فى منظومة الاستهلاك وحماية المستهلك سواء أكان من المستهلكين أو من المنتجين أو الموردين أو الموزعين أو غيرهم.

---

(١) ولعل أكثر ما يؤكد صدق هذا الحديث ما هو قائم حالياً فى مصر من عدم اهتمام بأحكام حماية المستهلك نظراً لأن منظومة وقانون حماية المستهلك تفتقد – فى الواقع – لهذا العزم كما أنها أحكام تفتقد الطابع الواقعى للمستهلك فى مصر، راجع: د.حسن عبد الباسط جميعى، قياس الجودة، مرجع سابق، ص ٦. وكذلك راجع، د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٥٤.

(٢) راجع: د. أنور أحمد رسلان، المرجع السابق، ص ٦.

(٣) راجع: د.عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٥٤.

ومن أهم الالتزامات الملقاة على عاتق الإدارة فى منظومة حماية المستهلك – بالإضافة إلى ما سبق – نجد التزامها بمراقبة كافة مراحل إنتاج السلع وتقديم الخدمات وما يرتبط بها، بالإضافة إلى تأمين احترام اللوائح والقوانين الصادرة فى هذا المجال، ويشمل ذلك على سبيل المثال لا الحصر ما يلى(١):

- تفتيش الأماكن المعدة للإنتاج والتوزيع.
- الرقابة على جودة المنتجات ومستوى الأمان ومحاربة كل من يقلدون المنتجات الجيدة أو من يسيئون إليها من خلال عمليات الغش والتزوير.
- اشتراط وجود شهادات المنشأ والصلاحية والتفتيش عليها.
- الرقابة على البيئة المحيطة لعمليات الإنتاج والتصنيع، والرقابة على كفاءة الإدارة المشرفة عليها.
- الرقابة على المكونات والمواد الأولية المستخدمة فى إعداد السلعة.
- الرقابة على كفاءة عمليات التخزين والنقل واشتراطات الاستيراد الموضوعية والشكلية.
- الرقابة على توافر متطلبات الأمان والجودة فى الحاويات والتغليف.
- وضع الضوابط الدقيقة لتيسير سبل الإبلاغ واتخاذ الإجراءات القانونية من قبل المستهلكين عند وجود مخالفة لقواعد هذه الحماية.

ب ـ المظهر الثانى: الحماية القضائية:

يعبر هذا المظهر عن ممارسة الرقابة القضائية أى من خلال تطبيق السلطة القضائية للقانون على المخالفين – حيث تطبيق قواعد الاستهلاك خاصة – وتوقيع العقوبات المقررة قانوناً عليهم باعتبارها ضرورة ومظهر لاحترام

(١) المرجع السابق، ص ٥٤ – ٥٥.

الحقوق والحريات فى الدول المتقدمة[1]. ويتضح ذلك بصورة خاصة من خلال دور القضاء الفرنسى حيث قيامه بتطبيق وتطوير أحكام قانون الاستهلاك الفرنسى وأحكام حماية المستهلك ومن ثم رقابته لكافة الجهات والأشخاص القائمة على منظومة الاستهلاك وحماية المستهلك[2].

المطلب الثانى

المهنى وجدلية وصفه بالمستهلك

تمهيد:

أختلف الفقه وكذلك القضاء حول ما إذا كان من الممكن أن يتسع مفهوم المستهلك ليشمل أكبر عدد ممكن من الأشخاص، حتى يمكنهم الاستفادة من القواعد الحمائية التى يتضمنها قانون الاستهلاك لمصلحة المستهلك أم لا؟، ومن أبرز من ثار الشك حول انتمائهم لشريحة المستهلكين كل من المدخر، والشخص المعنوى، والمهنى الذى يتعاقد خارج نطاق تخصصه[3].

وفى البداية نلاحظ أن من الفقه من يقر مفهوما واسعاً للمستهلك بحيث يتسع ليشمل المذكورين أعلاه بالإضافة إلى كل شخص يتعاقد على السلع والخدمات لغرض غير مهنى[4].

---

(١) المرجع السابق، ص ٥٥.

(٢) انظر فى هذا بتفاصيل أكثر تخصصاً:

Jean Calais .Auloy, op. cit. p. 2 et s.

(٣) راجع د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ١٩.

(٤) راجع د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، نفس الموضع، وراجع فى الفقه الفرنسى:

- J. P. Pizzio, "L'introduction de La Notion de Consommateur en droit Français, D. S. 1982. ch Nos. 3, 91 ets.
- Didier Ferrier, "La Protection des Consommation, op. cit. P. 13 ets. J. c. Aloy, op. cit. p. 7 ets.

ويدعم ذلك أن المشرع المصرى والمشرع العُمانى وضع تعريف موسع للمستهلك يشمل هذه الأشخاص فى العموم. وذلك بصرف النظر عن نوع أو طبيعة الغرض غير المهنى.

هذا مع أن هناك من يرفض ذلك حيث يضع مفهوما ضيقاً للمستهلك لا يقبل أن يصف المهنى والمدخر والشخص المعنوى بصفة المستهلك حتى ولو كان خارج نطاق التخصص المهنى. مع أن فى الفقه يغلب اتجاه من يرى جواز وصفهم بالمستهلك ولكن فى إطار مقيد يعبر عن معيار عدم التخصص أو عدم الخبرة[1]. ومن ثم كونه ضابطاً لإضفاء صفة المستهلك مع الأشخاص المذكورة.

وفى ضوء ما تقدم نحاول بداية أن نحدد مفهوم المهنى ثم بعد ذلك نحاول أن نوضح جوهر جدلية وصف المهنى بالمستهلك وحيث نبين مدى وصف غيره – أى غير المستهلك – من المدخر والشخص الاعتبارى بالمستهلك. وذلك كله نتعرض له فى الفروع الآتية:

الفرع الأول: مفهوم المهنى.

الفرع الثانى: جدلية وصف المهنى بالمستهلك.

الفرع الأول
مفهوم المهنى

تمهيد:

من المعلوم أن المستهلك حينما يقوم بعملية الاستهلاك القانونية وليست المادية يدخل فى علاقات قانونية مع غيره ،حيث قد يبرم عقداً من عقود الاستهلاك "Les Contrats des comsommation" مع أحد المهنيون أى الطرف

(١) انظر:
- Encyclopedie de droit commercial, Consommation, 1995. T. 2. No 417. J. C. Auloy, op. cit., p. 2 ets. J. P. Pizzo, op. cit. p. 2 ets. Didier Ferrier, op. cit. P. 7ets.

الآخر من العقد. وتأخذ هذه العقود - عادةً - أحد الأشكال التقليدية للعقود المدنية أو التجارية. فبالنسبة للمستهلك يعتبر المنتج أو الموزع أو المورد "المزود" بائعاً أو مقاولاً، حيث قد يكون العقد بيعاً إذا تعلق الأمر بحصول المستهلك على سلعة أو مال أو منتج معين كشراء الأغذية أو الملابس أو المنازل. وقد يكون عقد مقاولة مثلاً عندما يقوم المهنى بتصنيع ملبس أو حذاء أو بناء منزل أو مسكن للمستهلك، وقد يكون الأمر متعلق بالخدمة حيث يرتبط مقدموا الخدمات مع المستهلك بعقود كثيرة كعقد الوكالة أو القرض أو التأمين[1] وغيرها. ومن هنا يكون من اللازم بيان حقيقة المقصود قانوناً بالمهنى.

أولاً- تعريف المهنى فى التشريع:

فى إطار بيان المقصود بقانون الاستهلاك وحماية المستهلك نجد أن المشرع الفرنسى لم يضع أو يحدد تعريفاً معيناً للمهنى فى قانون الاستهلاك، ويبرر البعض ذلك بأن عملية التعريف حساسة، وقد تؤدى إلى ظهور مشاكل أو مصاعب يكون حلها معتمداً على اختبارات أو تحليلات أو طرق تتجاوز - أحياناً - نطاق القانون ذاته. وتختلف هذه المشاكل وتتزايد بحسب ما إذا كان المتعاقد صاحب الشأن هو المهنى أو المتعاقد الآخر - غير المهنى أو المستهلك[2] - وذلك أثناء تطبيق أحكام قانون الاستهلاك.

---

(١) انظر فى شأن عقود الاستهلاك فى فرنسا بشئ من التفاصيل:

- Raymond, Les Contrats des Consommation, Actes des Colloque de 24 – 2, 1994, prec. 37 ets.
- J. Calais – Auloy, et f. steinmetz, Droit de La consummation, Dalloz, 4é éd, 1996. p. 2 ets. Didier Ferier, op. cit. p. 23 ets.

وراجع كذلك د. حمد الله محمد حمد الله، مختارات من قانون الاستهلاك، ترجمة من كتاب "Droit de la Consommation" للبروفسيور جان كاليه ألوا، طبعة ١٩٩٢، منشور بمجلة الدراسات القانونية، كلية الحقوق، جامعة أسيوط، العدد ١٨، عام ١٩٩٦، ص ١٣٠ وما بعدها.

(٢) هذا رغم أن المشرع الفرنسى نص فى المادة ٣٥ من القانون الصادر عام ١٩٧٨ على العقود التى تبرم بين المهنى وغير المهنى أو المستهلك دون تحديد لمعانى هذه الكلمات.
=

وفى القانون المصرى وإن كان لم يرد تعريف صريح ومحدد للمقصود بالمهنى إلا أننا نجد أن قانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ قد أورد فى المادة الأولى منه تعريفاً أو تحديداً للمقصود بالمورد وهو أحد صور التعبير القانوني عن المهنى، حيث عرف المورد بأنه كل شخص يقوم بتقديم خدمة أو انتاج أو استيراد أو توزيع أو عرض أو تداول أو الاتجار فى أحد المنتجات أو التعامل عليها، وذلك بهدف تقديمها إلى المستهلك أو التعاقد أو التعامل عليها بأية طريق من الطرق.

وبذلك يمكن أن يعتقد الكثير أن المشرع قد عرف المهنى أو حدد المقصود به ولكن تحت مسمى المورد. هذا مع أن المعلن فى القانون أيضاً يعتبر مهنى بالرغم من أن المشرع المصرى فى قانون حماية المستهلك عرف المعلن بأنه كل شخص يقوم بالإعلان عن سلعة أو خدمة أو الترويج لها بذاته أو بواسطة غيره باستخدام أى وسيلة من الوسائل.

وهو رغم ذلك يندرج تحت مفهوم المهنى فى التعريف القانونى للمهنى فى إطار أحكام قانون الاستهلاك وحماية المستهلك.ولذلك فان المورد ليس هو وحده المهنى وانما هناك اشخاص اخرى تكتسب وصف المهنى منها المعلن .

ثانياً- تعريف المهنى فى الفقه والقضاء:

يرى البعض من الفقه الفرنسى أن المهنى "Le professional" هو الذى يتمتع بثلاثة عناصر من الأفضلية أو التفوق هى المقدرة الفنية، حيث يكون قادراً – بوجه خاص – على معرفة العناصر المختلفة لمنتجاته أو للخدمة التى يقدمها، والمقدرة القانونية من واقع خبرته بهذا النوع من التجارة، والمقدرة الاقتصادية على أساس أن بعض الأنشطة أو المجالات تكون – من الناحية

= راجع د. حمد الله محمد حمد الله، حماية المستهلك فى مواجهة الشروط التعسفية، مرجع سابق، ص ٣٦، وراجع فى فرنسا:

- O. CARMET, "Reffexions sur les clauses abusives au sens de La No 78 23 du 10 Jonv. 1978, R. T. D. C. E. 1982.i. 1. 5.

العملية – محلاً للاحتكار القانوني أو الفعلي[1]. وتسمح هذه العناصر والقدرات والمعلومات، وكذا القدرة المالية – في الغالب – للمهني بأن يفرض إرادته – قانونه – على المستهلك[2].

ويعرف البعض الآخر من الفقه الفرنسي المهني بأنه من يتعاقد أثناء مباشرته حرفته المعتادة، سواء أكانت هذه الحرفة تجارية أو مهنية أو فنية أو صناعية أو زراعية أو حرة[3].

وفي الفقه المصري يرى البعض أن مفهوم المهني ينصرف إلى الشخص الذي يمتلك المعلومات والبيانات أو المعرفة، التي تسمح له بالتعاقد على بينة ودراية تامة، ومن ثم فهو ليس في حاجة إلى حماية قانونية خاصة مثل المستهلك. ومن المعروف أنه يمكن للمهني أن يتحمل التزامات أكبر بكثير من تلك التي يتحملها المستهلك البسيط الذي تنقصه المعرفة، مثل التزام المهني بتزويد المستهلك بالمعلومات الجوهرية المتعلقة بالسلع والمنتجات والخدمات قبل إبرام العقد[4]، والتزامه بضمان سلامة المستهلك، وضمان العيوب الخفية كنظام مطبق في مسائل البيوع التجارية[5].

---

(١) راجع:
- J. P. GRIDEL, Remarque de principe sur L'article 35 de La loi No 78 – 23 du 10 Janv. 1978. relative à La prohibition des clauses abusive R. D. S. 1984. chron. 153 et s. J. C. Auloy. Op. cit., P. 1 et s. Didier Ferrier, op. cit. p 5 ets.

(٢) راجع د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ٣٦ – ٣٧.

(٣) وذلك التعريف يدفع البعض – في رأينا – إلى وضع تقسيم مدرسي لمفهوم لمهني يعتمد على بيان مفهوم فني أو قانوني للمهني يقوم على معيار الاحتراف أو أهمية النشاط أو الربح، أنظر في هذا التعريف:
Encyclopedia de droit Comercial Consmmation, 1995. T. 2. No 410.
وقارن مساعد زيد عبد الله المطيري ، الحماية المدنية للمستهلك في القانونين المصري والكويتي، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، ٢٠٠٧، ص ٤٥ وما بعدها.

(٤) راجع د. خالد جمال أحمد، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة أسيوط، ١٩٩٧، ص ٢١ وما بعدها.

(٥) هذا ويتشدد القضاء الفرنسي – عادةً – في مواجهة المهني – المشتري – الذي يطالب بإبطال عقد البيع بسبب وقوعه في غلط في طبيعة الشئ المبيع، إذ يجب أن يكون لدى=

ويعرفه البعض الآخر من الفقه الفرنسي أيضاً – أى المهنى – بأنه من يباشر نشاطاً تجارياً أو مدنياً على وجه الاعتياد[1].

ويرى البعض أيضاً أن المهنى هو الشخص الذى يتعاقد من خلال ممارسة مهنة، وليس بالضرورة أن يكون له صفة التاجر "كالصانع صاحب الحرفة"[2].

هذا ويعتمد بعض الفقه الغرض من التصرف "أو العمل" معياراً لوصف أو تصنيف فاعله فى مجموعة المهنيين أو فى مجموعة المستهلكين. فالمهنى هو الذى يتصرف من أجل حاجات مهنته، كأن يستأجر محلاً لتجارته أو يشترى البضائع. بقصد إعادة بيعها أو يحصل على المهمات والآلات أو يؤمن على حرفته، أو يقترض لتطوير مشروعه ...إلخ[3].

=هذا المشترى الخبرة اللازمة لتقدير مدى جودة أو أصالة الشئ المبيع، كأن يكون المشترى لأحد التابلوهات بالمزاد العلنى محترفاً لعمليات الشراء هذه، ولم يقم بفحص اللوحة الفنية المباعة له عن طريق خبير.

راجع د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ٣٧ وراجع فى ذلك :

C. d'app. De Paris. 11 Janv. 1978. Gaz. Pal. 1978. J. 246. Note. R. S. et La Juris prudence cite. O. CARMET, Reffexions .... Op. cit. p. 5.

(1) J. P. PizzIo. Chre. Pre. N° 3.

(٢) وفى شأن تحديد معنى الحرفة نجد تعدد هذه المعانى فيعرفها البعض بأنها ممارسة نشاط يحقق لمن يقوم به سبل التعايش وإشباع الحاجة، وتعنى فى رأى آخر تكريس الشخص لنشاطه على نحو رئيس ومعتاد للقيام بعمل معين بقصد الحصول على الربح، وتعنى الحرفة فى أحيان أخرى النشاط الذى يمارسه الشخص على وجه الاعتياد بقصد الحصول على الربح، وتعنى الحرفة فى أحيان أخرى النشاط الذى يمارسه الشخص على وجه الاعتياد بقصد التعايش، وكذلك ممارسة نشاطه بصورة منتظمة ومستمرة على سبيل الاستقلال. انظر، د. السيد محمد السيد عمران، المرجع السابق، ص ٢٥، هامش رقم ١، وكذلك راجع د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ٣٨. وانظر فى شأن مفهوم الحرفة أ. د/ محمد فريد العرينى، القانون التجارى، الجزء الأول، نظرية الأعمال التجارية والمهن التجارية، ١٩٩٥، بند ٧٩ وما بعدها. وكذلك د. محمد السيد الفقى، القانون التجارى، الأعمال التجارية والتجار والأموال التجارية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٨، ص ١٧٠ وما بعدها.

(٣) راجع د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ٣٨ – ٣٩. وانظر فى الفقه الفرنسى:

- Didier Ferrier, op. cit. p. 5 et s., J. C. Auloy, op. cit. p. 3 ets.

ويعد مهنياً كذلك الشخص الذى يقوم بشراء الأشياء لاستعمالها دون نية إعادة بيعها، ولكن يقوم بذلك لأغراض مهنية، كالشركة التى تشترى الآلات لمصانعها إذ يعد ذلك عملاً مهنياً. وتدخل هذه التصرفات فى النطاق الاقتصادى لعمليات الإنتاج والتوزيع وليس عمليات الاستهلاك. فكلمة مهنة "حرفة" تعنى فى قانون الاستهلاك، كل عمل منظم بغرض الإنتاج أو التوزيع أو تقديم خدمات. ولذلك فأنها تشمل معنى المشروع[1].

وقد يكون المهنى الذى يعرض السلع أو يقدم الخدمة، شخصاً طبيعياً "من كبار التجار أو من صغارهم" يقوم بمهنة تجارية أو حرفية أو زراعية أو فنية ... إلخ. كما قد يكون المهنى شخصاً معنوياً "شركة أو مؤسسة" تنتمى إلى القطاع الخاص أو القطاع العام. إذ يمتد مفهوم المهنى إلى المجال العام، مثل هيئة السكك الحديدية أو مرفق الكهرباء أو مرفق المياه ... إلخ[2].

هذا ويتفق المفهوم الأخير للمهنى مع أحكام قانون الاستهلاك الفرنسى ولجنة الشروط التعسفية. ومع المادة الثانية من التوجيه الأوربى لسنة ١٩٩٣، التى تعتبر من المهنيين ذلك الذى يقوم بالتصرف داخل إطار نشاطه المهنى، سواء أكان هذا النشاط عاماً أو خاصاً[3].

ويقترب لحداً كبيراً هذا التعريف أيضاً من مقصود المشرع المصرى بالمورد والمعلن. ويعتبر كذلك من المهنيين – أيضاً لدى البعض - أولئك

---

(١) راجع د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ٣٩،
J. C. Auloy, op. cit. p. 3. et s.

(٢) راجع د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ٣٩. وكذلك نفس المؤلف، مختارات، مرجع سابق، ص ٢ وما بعدها.
وراجع فى فرنسا:
J. C. Auloy, op. cit. N° 7., T. G.; Nst. D'Avgers, 11 Mars, 1986, R. T. D. Civ. 1986, 589. obs. J. Mestre – C.d'app. d'Angers, 16 Déc. 1987. D. S. 1988. 260.

(٣) انظر د. كيلانى عبد الراضى، النظام القانونى لبطاقات الوفاء والضمان، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، ١٩٩٦، ص ٣١٠. وكذلك راجع:
Didier Ferrier, op. cit. p. 5 ets.

الذين يمتلكون أو يحصلون أو يخزنون أو يستعملون أو يستهلكون السلع أو يحصلون على الخدمات، بغرض إدماجها فى عمليات الإنتاج أو التحويل أو التسويق أو لتقديمها إلى الغير[١].

ثالثاً- التعريف المقترح للمهنى:

بداية يلزم أن يتم تعريف المهنى فى إطار مراعاة فكرة أن القانون الخاص بحماية المستهلك لا يتعلق ولا ينبغى أن يتعلق بطائفة من الأشخاص، ولكن يرتبط بالوصف القانونى للتصرفات أو الأعمال التى يبرمها أو يقوم بها الشخص[٢]. وبعبارة أخرى يجب أن يهتم قانون الاستهلاك بالأعمال الاقتصادية وليس بطائفة من الأشخاص و أن غاية هذا القانون هى تحقيق التوازن فى

---

(١) حيث يرى صاحب هذا الاتجاه أن المقصود بالمهنى هو ذلك الشخص الطبيعى أو المعنوى الذى يباشر حرفة تجارية أو صناعية أو فنية أو مهنية أو حرة أو زراعية أو مدنية على وجه الاحتراف. ويتمكن من خلال هذه الحرفة من الحصول على السلع والخدمات وتقديمها للجمهور بمقابل مادى، بهدف الحصول على الربح، وقد يكون هذا الشخص منتجاً أو موزعاً أو تاجراً بالجملة أو تاجراً بالتجزئة أو يتخذ شكل المشروع الفردى أو شكل الشركة أو المؤسسة التى تدخل فى إطار القطاع الخاص أو قطاع الأعمال أو القطاع العام. هذا ويلاحظ أنه إن كان هذا التعريف يمتاز بالوضوح وبيانه لجوهر أعمال المهن إلا أنه تعريف غير جامع.

وأنه تعريف قاصر، حيث قصر مفهوم المهنى وفق أحكام القانون التجارى على المهنى الذى يباشر العمل التجارى فى صورة الحرفة، هذا فى حين يقرر القانون التجارى أن الأعمال التجارية فى مجملها لا تقتصر فقط على تلك التى تتم فى صورة الحرفة التجارية، وهذا من شأنه خروج المهنى الذى يمارس العمل التجارى لمرة واحدة وليس فى شكل حرفة من مفهوم المهنى عامة وهذا فيه مخالفة لأحكام القانون التجارى ومخالفة للمعنى العام للمهنى، من ثم يجب أن يتسع مفهوم المهنى وفق هذا التعريف ليشمل كل شخص يكتسب صفة التاجر وفق أحكام القانون التجارى سواء كان عمل تجارى منفرداً بطبيعته أو بالاحتراف أو بنص القانون كالشخص القائم بتأسيس الشركات التجارية وغيرها.

راجع، د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ٤٠ وكذلك راجع:

- G. APISANT, "Le pont sus Les clauses abusires des Contrats, Art, Actes du Colloque du 24. Fev. 1994. Art, 91, N° 103.

(٢) راجع: د.حسن عبد الباسط جميعى، حماية المستهلك، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك، مرجع سابق، ص ١٢ وما بعدها. خاصة بند ١١.

علاقات الاستهلاك بين المهنى والمستهلك، عن طريق منح المستهلك حقوقاً لها وزنها وأهميتها بالمقابلة للمزايا الكبيرة والطبيعية التى تتوافر للمهنى[1].

وعلى ذلك فإن المهنى هو كل شخص طبيعى أو اعتبارى عام أو خاص يتعامل بشأن المنتجات "سلع أو خدمات أو أعمال أو غيرها" بغرض إنتاجى، وليس بغرض إشباع الحاجات الشخصية أو العائلية، وسواء أكان هذا الشخص منتجاً أو موزعاً أو مستورداً أو معلناً وسواء أكان محترف أو غير محترف[2].

وعلى ذلك فإن المشرع المصرى فى قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ قد عرفا المورد باعتباره مهنى ، وهذا ما يمكن أن يتصور معه البعض من الفقه أن المشرع بهذا التعريف أراد أن يكون تعريفاً ضمنياً للمهنى. وعلى فرض صحة هذا التصور فإن موقف المشرع فى مصر يتسم بالغموض والقصور فى تعريف المهنى من خلال تعريف المورد ، ولهذا يجب على المشرع أن يضع تعريفاً محدداً وواضحاً للمهنى حتى تتحقق الغاية من القانون[3]. خاصة وأنه عرف المورد و المعلن بما يعبر عن انه من الأشخاص الذى ينطبق عليهم وصف المهنى كما عرفناه، حيث أن مفهوم المهنى يتسع ليشمل المزود والمورد والمعلن والقائم على صيانة المنتجات ومتابعة الخدمات والوكيل وغيرهم.

---

(١) راجع. د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ٤٢، راجع:
J. C. Aulay, op. cit. N° 7.

(٢) حيث أن المشرع المصرى قد عرف الأشخاص فى المادة الأولى من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦. وهذا التعريف يشمل الشخص الطبيعى والشخص المعنوى عام أو خاص ويفيد ذلك بأن المهنى يمكن أن يكون شخص عام أو شخص من أشخاص القانون الخاص، وكذلك المستهلك يمكن أن يكون شخص طبيعى أو شخص اعتبارى ويمكن أن يكون شخص اعتبارى عام أو خاص، كما أن المشرع عرف المستهلك ومن ثم فإنه يمكن عن طريق الاستبعاد أن يكون المهنى كل من لم يكن مستهلك وأياً كان الأمر فإن المهنى كمفهوم يتسع ليشمل المورد والمعلن.

(٣) راجع، نص المادة الأولى من قانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦.

الفرع الثانى

جدلية وصف المهنى بالمستهلك

تمهيد:

أن الفقه ما زال مختلف حول إضفاء صفة المستهلك على المهنى، وحيث أن الخلاف قائم أيضاً حول إضفاء صفة المستهلك على بعض الأشخاص المتعاملة استهلاكياً. ومنها المدخر والشخص الاعتبارى حتى يمكنهم الاستفادة من القواعد الحمائية التى يتضمنها قانون الاستهلاك لمصلحة المستهلك، وخاصة أن الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك يرى جواز اكتساب المهنى والمدخر والشخص الاعتبارى لصفة المستهلك، بالإضافة إلى كل شخص يتعاقد للحصول على السلع والخدمات لغرض غير مهنى[1]. ونوضح فيما يلى كل ذلك بالتفصيل:

أولاً- المدخر:

إذا كان المستهلك يستخدم إمكانياته المالية من أجل الإشباع الفورى لحاجاته، فإن المدخر يحتفظ بموارده ويوظفها لإشباع حاجاته المتوقعة فى المستقبل. وعلى ذلك فإن الإدخار عكس الاستهلاك، ويبدو للوهلة الأولى أنه لا يخضع لقانون الاستهلاك[2]، أى لا يخضع المدخر للأحكام الحمائية فى قانون الاستهلاك. وعلى ذلك نجد أن الاتجاه السائد فى التشريع والفقه والقضاء فى فرنسا يعارض فى إدخال المدخرين ضمن شريحة أو فئة المستهلكين، حيث توجد – فى الواقع – قواعد قانونية تخص المستهلكين وحدهم، ولا يوجد اتجاه

---

(١) راجع د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ١٩. وكذلك راجع: د.عمر محمد عبد الباقى، الحماية العقدية للمستهلك، رسالة سابقة، ص ٢٨ وما بعدها وراجع أيضاً:
Didier Ferrier, op. cit. p. 5 et s. J. C. Auloy, Droit de La Consommation, op. cit. P. 7 et s.

(٢) راجع د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ٢٠.

نحو تطبيقها على المدخرين، حيث تم استبعاد عمليات التوفير أو الإدخار من دائرة قانون الاستهلاك[1].

هذا مع أن هناك من يتجه فى الفقه الفرنسى إلى توسيع مفهوم المستهلك ليشمل فى نفس الوقت المدخر على أساس أن الاعتبارات العملية التى دفعت المشرع إلى حماية المستهلك تبرر – فى بعض الحالات – حماية المدخر، ويدعم ذلك قول البعض بأنه لا يضر بالمستهلك فى شئ – من الناحية القانونية – اعتبار المدخر ضمن فئة المستهلكين. ذلك أن المدخر يتعاقد، أولاً مع أحد المهنيين وثانياً لأن عقد الإدخار "أو الوديعة لأجل" غالباً يتبعه عقود تقديم خدمات تعتبر بمثابة توكيل فى إدارة حافظة الأوراق المالية أو بمثابة عقود ضمان أو عقود مقاولة أو مشروع. ويجوز أن تدخل هذه العقود فى مجال عقود الاستهلاك[2].

وعن الموقف فى القانون المصرى من مدى إضفاء صفة المستهلك على المدخر من عدمه، لم نجد من يتناول هذه المسألة بالبحث، ولكننا نرى – أنه فى إطار تعريف المستهلك الذى قرره المشرع المصرى فى المادة الأولى من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ وفى ضوء تفسيرنا لنصوص هذا القانون – جواز إضفاء صفة المستهلك على المدخر ولا ينال من صحة رأينا هذا القول بأن القانون التجارى قد نص صراحة على خضوع معاملات

---

(١) راجع د. حمد الله محمد حمد الله، مختارات من كتاب قانون الاستهلاك الفرنسى، مرجع سابق، ص ١٤٠ وما بعدها.
وكذلك راجع: J. C. Auloy, op. cit. p. 7 et s.

(٢) خاصة وأنه فى عقود الإدخار وعقود الاستهلاك يتخلى الشخص "المدخر، والمستهلك" عن مبلغ من المال لمصلحة المهنى، ومن ثم يجب أن تدخل تصرفات الإدخار فى نطاق قانون الاستهلاك. والقول باستبعاد عقود الإدخار من دائرة قانون الاستهلاك يعد تسليماً بوجهة نظر رجال البنوك الذين يريدون الابتعاد عن الاتجاه المناصر لحقوق المستهلك.
راجع حمد الله محمد حمد الله، حماية المستهلك، مرجع سابق، ص ٢١.

الائتمان البنكية للقانون التجارى حتى ولو كان المتعامل مع البنك ليس بتاجر، لأن أحكام حماية المستهلك تعد بالنسبة للقانون التجارى نصوص خاصة ومن المعلوم أن النص الخاص يقيد النص العام [١].

ثانياً- الشخص المعنوى:

كان المستقر والثابت إلى وقت قريب فى فرنسا هو استبعاد الأشخاص الاعتبارية تماماً من شريحة المستهلكين، وكان السند فى ذلك هو نصوص قانون الاستهلاك الفرنسى حيث كان المستهلك بحسب المبدأ هو الشخص الطبيعى الذى يتصرف لأغراض شخصية أو عائلية[٢].

ويعبر الموقف السابق عن المفهوم الضيق للمستهلك غير أن جانب من الفقه والقضاء فى فرنسا اتجها الى إضفاء صفة المستهلك على الشخص الاعتبارى، وذلك بما يتفق، وتعريف لجنة صياغة وتنقيح قانون الاستهلاك الفرنسى، حيث أنه وفقاً لهذا التعريف يمكن إضفاء صفة المستهلك ليس فقط على الشخص الطبيعى وإنما أيضاً على بعض الأشخاص المعنوية، كالجمعيات التى لا تهدف إلى تحقيق الربح، والنقابات التعاونية أى تلك الأشخاص التى تحصل على السلع أو الخدمات أو تستخدمها لغرض غير مهنى، والتى يمكن أن توجد فى مركز ضعيف أمام المهنى "المحترف، الحرفى"[٣]. ويعبر هذا عن المفهوم الموسع للمستهلك.

---

(١) راجع نص المادة الأولى من قانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ وما بها من تعريفات وراجع كذلك نصوص القانون التجارى رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩. خاصة نص المادة رقم ٣٠٠.

(٢) راجع:
J. P. Pizzio, op. cit. N. 199. Cass. Com. 8 mars, 1977, Enc. De. Dr. com. Prec. N°. 428. Didier Ferrier, op. cit. p 5 et s.

(3) C. d'appe. De Paris, 5 Juill. 1991. J. C. P. 1991, P. 1, No 988, J. C. Auloy, op. cit. p. 2 ets. Didier Ferrier, op. cit. p. p. 5 – 6.

وبذلك خلص الاتجاه الموسع لفكرة المستهلك إلى إضفاء صفة المستهلك على كل شخص طبيعي أو اعتباري يباشر تصرفات لا تدخل في نشاطه المهني أو الفني الخاص. ومن ثم فإن المستهلك يمكن أن يكون شخص طبيعي أو اعتباري، وقد يكون شخص اعتباري عام أو اعتباري خاص وهذا هو ما أقره المشرع المصري في نصوص قانون حماية المستهلك[1].

ثالثاً - المهني الذي يتعاقد خارج نطاق تخصصه:

ثار الخلاف في الرأي حول ما إذا كان مفهوم المستهلك يشمل المهني الذي يتعاقد خارج نطاق مهنته أو تخصصه أم لا؟. وفي إطار الإجابة على ذلك ذهب البعض من الفقه والقضاء في فرنسا إلى رفض أي توسيع في مفهوم المستهلك، حيث يرى هذا الفريق الأخذ بالمفهوم الضيق للمستهلك[2].

وعلى ذلك فأنه لا يستفيد من قواعد حماية المستهلك المهني حتى ولو كان شخص طبيعي وحتى ولو كان ما قام به من تصرفات خارج نطاق اختصاصه، وقد أعتمد القضاء الفرنسي في أحكامه ذلك[3].

---

(١) انظر في ذلك نص المادة الأولى – وما بها من تعريفات – من قانون حماية المستهلك المصري رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦.

(٢) راجع د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ١٠. وكذلك راجع د. السيد محمد عمران، المرجع السابق، بند ٨، وراجع:
Encyclopedie de droit Commercial, Consmmation 1995, T. 2. N° 417.
J. C. Auloy, op. cit. P. 1 ets.

(٣) وإن كان لمحكمة النقض الفرنسية حكم مغاير لذلك مع أنه منتقد من الكثير، حيث أنه وفقاً لهذا الاتجاه فإنه في قيام محكمة النقض الفرنسية بإضفاء صفة المستهلك على المهني الذي يتعاقد خارج نطاق تخصصه، فيه تحريف لمفهوم المستهلك، ويخالف القانون وإرادة المشرع الذي أوجد قانون الاستهلاك، دون أن يقصد تعديل القواعد العامة.
راجع:
Cass. Civ. 27 Juin, 1989. D. 1989, TR, 252. Cass. Civ, 15 Avril, 1986, R. T. D. C. 1987. 238, obs. B. Bouloc. R. T. D. Civ. 1987. 89. obs. J. MESTRE, Cass. Com. 10 Mai, 1989, R. T. D. C. 1996. 89. obs. B. Bouloc.

وعلى عكس ما سبق فإن الاتجاه العام في الفقه والقضاء الفرنسيين مغاير للاتجاه السابق، حيث يعتبر أصحاب المهن الذين يتعاقدون خارج نطاق اختصاصهم من المستهلكين، إذا ليس لديهم الخبرة أو الدراية الكبيرة بهذه الأعمال. وعلى الرغم من أن تصرفاتهم قد يكون لها غرض مهني، إلا أنهم عرضة لخطر معين هو أن يكونوا في مركز ضعيف بالمقارنة بمركز المهني المتخصص الذي يتعاقد معهم(١). وذلك يمثل ما يسمى بمعيار عدم التخصص أو عدم الخبرة ليميز بدقة بين المستهلك والمهني وفق المفهوم الموسع للمستهلك.

ومن تطبيقات الاتجاه الأخير نذكر قيام أحد التجار بشراء جهاز إنذار ضد الحريق أو ضد السرقة بغرض تركيبه في متجره، وقيام أحد المحامين بشراء جهاز حاسب آلي لتخزين المعلومات أو لكتابة مذكراته القانونية، أو لحاجات مهنية أخرى بمكتبه، وكذلك قيام أحد المزارعين بإبرام عقد تأمين على نشاطه الزراعي(٢).

وعليه فإن المهني الذي يكون تعامله في خارج نطاق تخصصه هو شخص عديم الخبرة وجاهل بأسرار المهن الأخرى. وبذلك تطور القضاء الفرنسي ومد الحماية التي يتمتع بها المستهلك العادي إلى ذلك المهني في مجال البيع في محل الإقامة كما هو في حالة بيع جهاز لإطفاء الحريق لأحد أصحاب الكافيتريات، ويبدو أن المشرع الفرنسي ذهب أيضاً في إطار معيار عدم

---

(١) راجع د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ٢٦، وكذلك د. حسن عبد الباسط جميعي، المرجع السابق، ص ١٢. وانظر:

J. P. P 12210, L'introduction de La Notion de Consommateur en droit Français. D. S. 1982. chron. 91 ets. J. L. AUBERT, Protection des Consommateur, D. S. 1987, Somm, Commentes 455 Cass. Civ. 1er. 28 Avril. 1987. Didier. Ferrier, op. cit. P. 5 et s.

(٢) راجع د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ٢٧، وكذلك راجع حمد الله محمد حمد الله، مختارات من قانون الاستهلاك، مرجع سابق، بند ٣٨، وبند ١٣٩، راجع كذلك في فرنسا:

J. C. Auloy. Op. cit. P. 7 ets. Cass. Civ. 1er Avril, R. T. D. civ, 1987. 537 Cass. Civ. 6 Janv. 1993. Sem J. 1993, J. 2007. Note. GPPAISANT.

التخصص أو عدم الخبرة إلى حماية المهني الغير متخصص بذات الحماية المقررة للمستهلك العادى كما هو فى تقرير الحماية من الشروط التعسفية، حيث قضت المادة ٣٥ من قانون ١٠ يناير ١٩٧٨ بتطبيق أحكام هذا القانون – أى قانون حماية المستهلك – على العقود المبرمة بين المهنيين وبين غير المهنيين أو المستهلكين(١).

وعلى ذلك فإن المهنى لا يتمتع بالحماية ولا يعتبر فى حكم المستهلك إذا كان عالماً – بدرجة كبيرة – بالمجال الذى يتعاقد فيه، على الرغم من أن التصرف الذى أبرمه يخرج عن نطاق نشاطه الاقتصادى الرئيسى، ذلك – قد قضى برفض تطبيق قانون ١٠ يناير ١٩٧٨ على واقعة بمناسبة قيام شركة بإبرام عقد لصيانة مهمات أو أجهزة أو أدوات تليفونية، على أساس أن هذه الشركة من المهنيين فى أعمال المعلومات والاتصالات والمكتبات، وبذلك تكون هذه الشركة قادرة تماماً على تقدير أو فهم المسائل الفنية التى نفذتها الشركة الأخرى – المتعاقد الثانى أو الآخر – المختص بمسائل الاشتراك التليفونى(٢).

ومن مجمل ما تقدم نلاحظ أنه قد عمل أصحاب الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك على إدخال المهنى فى معية "جنة" المستهلك – كما يقول البعض – على أساس أن العقود التى يبرمها المهنى فى الحالات سالفة الذكر لا تدخل فى الاختصاص الفنى للمهنى صاحب الشأن. بل أن المهنى يوجد – فى الحالات

---

(1) Cass. Crim. 30 Oct. 1979. D. 1980. IR. 144. J. C. Auloy, olp. Cit. N° 9. Cass. Civ. 1er 15 Avril, 1982. D. 1984. 439. Note J. P. PIZZIO, R. MARIIN, "Le Consommateur abusive, D. S. 1987. chron. 150 et s. J. MESTRE, "obligations et Contrats speciaux" R. T. D. civ. 1990. chron. 474. C. D'app. De Paris. 22 MARS. 1990. D. 1990. IR. 98. Cass. Civ. 15 Avril. 1986. R. MARTIN, Chron. Porec. No 62. et P. 150.

(٢) راجع د. حمد الله محمد حمد الله، حماية المستهلك من الشروط التعسفية، مرجع سابق، ص ٢٨ – ٢٩.
وراجع:
C. dapp. D'Aix, 10 Nov. 1989. J. Mestre, ch. Pe. 475.

السابقة – فى نفس حالة عدم المعرفة "الجهل" التى يكون فيها أى مستهلك آخر. ولقد قررت محكمة النقض الفرنسية فى أحكامها أن المهنى يعتبر فى تلك الظروف – المذكورة سالفاً – مثل المستهلك وليس فقط شبيهاً بالمستهلك، كما جاء في المادة رقم ٣٥ من قانون ١٩٧٨، وذلك لسببين هما[١]:

السبب الأول: أن المهنى يعرف فقط الأمور الفنية المرتبطة بمهنته، فالطبيب مثلاً يعرف فى مهنة الطب وفحص المرضى، وليس فى شراء منظار للأمعاء أو جهاز لغسيل الكلى، قام بصنعه مهندسون وفنييون متخصصون، ثم اشتراه الطبيب من أحد التجار.

السبب الثاني: أن صفة المستهلك تتوقف على عدم المعرفة التى تتوافر فيه، والتى تبرر الحماية القانونية المقررة له، وهناك أسباب أخرى تبرر تلك الحماية مثل قلة المعلومات التى تتوافر له من الناحية الفنية، أو من الناحية القانونية أو الاقتصادية أو المالية، وكل تلك الأوجه من الضعف تبرر ضرورة حماية المستهلك[٢]. وهذا ما يمكن تصوره أيضاً فى حق المهنى متى كان يتعاقد فى غير تخصصه ومن ثم يبرر ذلك حمايته بذات حماية المستهلك.

وبالرغم من سريان معيار عدم التخصص المهنى، أى المهنى الذى يتعاقد خارج نطاق اختصاصه كضابط حتى يخضع المهنى فى هذا التعاقد

---

(١) المرجع السابق، نفس الموضع:

Cass. Civ. 25 MAI, 1992. H. Causse, ART, Prec. No s. 19 – 30. et. J. C. Auloy. Op. cit. 7 ets.

(٢) يستند البعض فى تبرير هذا الاتجاه عامة إلى نص المادة رقم ٣٢ فقرة ١ من تقنين الاستهلاك الفرنسى الصادر فى عام ١٩٩٣، والتى تنظم العقود المبرمة بين المهنيين وغير المستهلكين. هذا مع أن الغالب فى الفقه والقضاء أنه يتطلب لاعتبار المهنى مستهلكاً عدم وجود أية علاقة مباشرة بين العقد المبرم وبين نشاطه المهنى، راجع، د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ٣٠ حيث أعتماده فى ذلك على مؤلف سابق لهذا القانون، وهو: J. P. PIZZIO, op. cit. N° 199.

وراجع فى ذلك:

J. C. Auloy. Op. cit. P. 7 ets.
Didier Ferrier, op. cit. p 5 ets.

لقواعد حماية المستهلك لدى القضاء الفرنسى التقليدى، إلا أن الاتجاه الحديث فى القضاء الفرنسى هو اعتماد معيار العلاقة المباشرة أو الغرض من التصرف، حيث أنه يجب حتى يعامل المهنى نفس معاملة المستهلك أن يكون التصرف الذى أبرمه المهنى ليست له علاقة مباشرة مع النشاط الذى يمارسه، بما يعنى أنه لم يعد كافياً حتى يوصف المهنى بصفة المستهلك أن يكون التصرف الذى أبرمه خارج نطاق خبرته أو اختصاصه، بل يجب أيضاً أن يكون هذا التصرف ذو طبيعة معينة، بحيث لا يمكن أن يتعلق أو يرتبط بمحل نشاط أو مشروع هذا المهنى.

وقد طبقت محكمة النقض الفرنسية هذا المعيار فى العديد من أحكامها، حيث قررت بعدم انطباق أحكام حماية المستهلك على المهنى الذى يبرم عقود توريد السلع والخدمات التى لها صلة مباشرة بالنشاط المهنى الذى يباشره المهنى المتعاقد، وبذلك لم يعد القضاء الفرنسى يعتمد على معيار واحد لوصف المهنى بالمستهلك وكان معيار عدم التخصص وإنما تجاوز ذلك إلى اعتماد معيار آخر هو معيار العلاقة المباشرة أو الغرض من التصرف[1].

وبالفعل أعتمد المشرع الفرنسى ذلك المعيار الأخير فى نصوصه فى قانون الاستهلاك.

ومن أمثلة العقود أو التصرفات التى تتصل مباشرة بالمهنة، العقود التى تدخل فى النطاق الخاص بالمهنة، وتلك التى تدخل أو تشارك بطبيعتها فى الدائرة الاقتصادية المتعلقة بالتصنيع أو بالتوزيع أو بتسويق المنتجات أو الخدمات محل النشاط المهنى. ونذكر منها عقد شراء الأجهزة للحصول على

---

(١) راجع د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ٣٠ – ٣١. وراجع أيضاً:
J. P. PIZZIO Op cit. pp. 199 – 201. et Cass. Civ. 24 Jan, 1995. D. 1995. J. 327. Note. G. PAISANT. Ibid, Somm. 229. obs. DELEBEQUE, Ibid, 1995. somm, 310, obs. J. P. PIZZIO, Ibid. 1995. IR. 47.

المعلومات أو تجهيز المكاتب أو الأجهزة المحاسبية أو عقد شراء السيارات لتشغيلها أو شراء الماكينات اللازمة للتوسع فى النشاط، أو قيام التاجر بالدفع وفقاً لنظام بطاقات الائتمان أو الكارت الأزرق، أو إبرام عقد تأمين من مخاطر المهنة أو عقد دعاية أو إعلان عن البضائع المعروضة للبيع للجمهور[1].

وبذلك نرى أنه لا يكفي حتى يصف القضاء الفرنسي المهني بالمستهلك أن يكون تصرفه قد تم خارج نطاق تخصصه، بل يجب إلى جانب ذلك أن يكون التصرف غير متصل مباشرة بمهنته.

وفى مصر نلاحظ أن من تعرض من الفقه لمسألة وصف المهنى بالمستهلك متى كان يتعاقد خارج نطاق تخصصه، قد أيد الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك بحيث يتسع ليشمل المهنى الذى يتعاقد خارج نطاق تخصصه، ولا يتطلب لذلك التقييد بمعيار إنعدام الصلة المباشرة أو الغرض من التصرف[2]، وهذا كان قبل صدور القانون الحالى وإلا كان رأيه مختلف.

---

(١) ويترتب على الأخذ بمعيار العلاقة المباشرة هذا، أن تقل بدرجة كبيرة التصرفات التى لا يكون لها صلة مباشرة بالنشاط، بحيث لا يدخل فى هذه التصرفات سوى تلك التى تتم خارج عمليات الاستغلال أو الاستثمار، أى العمليات التى تتم قبل أو بعد وقف النشاط، كما فى عقد الدعاية لبيع أحد المحلات التجارية، وكذلك التصرفات التى وإن وقعت أثناء النشاط المهنى، إلا أنها تكون منفصلة عنه، لأنها لا تدخل فى السلسلة والدائرة الاقتصادية الخاصة بالإنتاج أو التوزيع أو بالتسويق، فهذه التصرفات لا تساهم بطبيعتها فى حماية الذمة المالية التجارية للتاجر أو للمشروع، أو فى تطوير النشاط المهنى، ومثال ذلك، شراء جهاز لإطفاء الحريف، أو جهاز للانذار من السرقة لوضعها فى المحل التجارى، فهذه التصرفات تدخل – دون صعوبة – فى عمليات الاستهلاك كما اتضح فى المتن سابقاً.

راجع فى ذلك: د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ٣٢ – ٣٣.

وراجع:

Cass. Civ. 1er Avril, Prec. Centra. Paris. 22 Mars, Prec. J. P. PIZZIO, op. cit. N° 108. Cass. Civ. 24. Janv. 1995. Prec. Note. G. PASSANT, obs. J. MESTRE, R. T. B. civ, 1995. 360. ets.

(٢) وذلك استناداً منه إلى أن الأخذ بالمفهوم الضيق للمستهلك يضيق من نطاق الحماية القانونية لعدد كبير من المستهلكين، وأن فى اعتماد الاتجاه الموسع أو اتباع المفهوم الموسع للمستهلك توسيع لنطاق هذه الحماية لتشمل عدداً كبيراً من المهنيين الذين لا=

وعن الموقف فى القانون المصرى – قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ – من مدى إمكان وصف المهنى بالمستهلك متى تعاقد خارج نطاق تخصصه، نلاحظ أن نصوص هذا القانون قد حصرت صفة المستهلك فى الشخص "الطبيعى أو الاعتبارى" الذى تقدم إليه أحد المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجرى التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص.

وهذا قد يوحى للبعض التصور بأن المشرع لم يرد أن يصف المهنى الذى يتعاقد خارج نطاق تخصصه بوصف المستهلك لأنه لم يكن يهدف من الحصول على المنتجات إشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أى أن غرض إشباع الاحتياجات الشخصية أو العائلية تفيد بالضرورة استبعاد التصرفات التى تكون لغرض آخر غير هذا الغرض حتى ولو كان الذى أبرمها شخص غير مهنى.

ولكننا نرى أن المشرع لم يقصد ذلك ومن ثم يمكن وصف المهنى بالمستهلك متى تعاقد خارج نطاق تخصصه حيث إن مفهوم إشباع الاحتياجات الشخصية أو العائلية لم يقصد به الإشباع المباشر فقط وإنما يتسع ليشمل الإشباع غير المباشر، ومثال لذلك المهنى "المحامى" الذى يشترى جهاز

=خبرة لهم فى الأعمال أو التصرفات والعقود التى يكونوا طرفا فيها مع مهنيين متخصصين ذوى خبرة فى التعاقد. فالمهنى غير المتخصص فى مجال معين جدير بأن يكتسب صفة المستهلك عن تعامله مع مهنة أخرى ذو خبرة ومتخصص فى هذا المجال. ولكن ذلك فى إطار معيار عدم التخصص وليس معيار الصلة المباشرة وعلى ذلك يعرف صاحب هذا الرأى المستهلك بأنه كل شخص طبيعى أو اعتبارى سواء أكان تاجر أم غير تاجر، يتعاقد مع أحد المهنيين سواء لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية، أو للحصول على سلع أو خدمات لقاء مقابل مادى، طالما أن محل العقد المبرم بينهما لا يدخل فى محل نشاط المتعاقد مع المهنى، ولم يكن لدى المتعاقد الخبرة أو العلم الكافى بأسرار النشاط الذى يقوم به المتعاقد الآخر أى المهنى. راجع د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ٣٤ وقارن د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٨ وما بعدها، وص ٤١.

تكييف لاستخدامه بمحل نشاطه المهنى فهنا التصرف خارج نطاق تخصصه ولكنه ليس بغرض إشباع الحاجات الشخصية أو العائلية بصورة مباشرة إنما هى بصورة غير مباشرة، وفى استبعاد المهنى أو المحامى فى هذه الحالة من قواعد حماية المستهلك فيها إهدار لخصائص الحماية خاصة خصيصتى عمومية وعدالة الحماية.

ويدعم رأينا أيضاً أن المشرع أطلق وصف المستهلك أيضاً على الشخص الاعتبارى عاماً كان أو خاصاً. وبذلك فأنه أخذ بالمفهوم الواسع للمستهلك(1).

وأياً كان الأمر فأننا نخلص فى نهاية الحديث عن المهنى إلى القول بأن مفهوم المهنى يتسع ليشمل كل شخص يتعاقد أو يتعامل مع المستهلك سواء كان هذا الشخص –الاول- يسمى بالمورد او المزود أو المعلن أو غيرها من الاسماء.

---

(1) مع أن مفهوم الحاجة الشخصية ينصرف إلى كل غاية يستهدفها الشخص من حصوله على السلعة أو الخدمة تتصل بشخصه سواء أكان ذلك الاتصال بصورة مباشرة أم بصورة غير مباشرة فمثلاً من يشترى سيارة لكى يستخدمها فى التنقل بها من وإلى المنزل توفيراً له من مصاريف وسائل النقل الأخرى وكذلك تحقيقاً للخصوصية فكل ذلك يعبر عن إشباع حاجاته الشخصية بصورة مباشرة، وأن من يشترى سيارة للتنقل بها من وإلى مكان عمله (كمن يشترى سيارة وهو يعمل محامى أو طبيب حتى يريح نفسه من عناء التنقل إلى أماكن المحاكم أو العيادات والمستشفيات فانه يشبع حاجاته الشخصية بصورة غير مباشرة وكذلك من يشترى سيارة لكى يوزع عليها ما ينتجه من سلع فهذا يشبع أيضاً حاجاته الشخصية ولكن بصورة غير مباشرة، وذلك مع خلاف من يشترى سيارة لكى يؤجرها للغير ليحصل من ذلك على مورد مالى فهذا حتى ولو كان مستهلك لا يتمتع بأحكام الحماية لأنه لغرض غير إشباع الحاجات الشخصية أو العائلية سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة. بل لغرض مهنى محض.
انظر نص المادة الأولى من قانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦.

المبحث الثالث
التعريف بقانون الاستهلاك

تقسيم:

نتناول فى هذا المبحث بالدراسة تحديد معنى قانون لقانون الاستهلاك او قانون حماية المستهلك وكذلك نرصد الخصائص التى تميزه عن غيره من القوانين ونوضح مصادره المختلفة .وذلك كله وفق التقسيم التالى :

المطلب الأول: معنى و سمات قانون الاستهلاك .

المطلب الثانى: مصادر قانون الاستهلاك.

المطلب الأول
معنى وسمات قانون الاستهلاك

أولاً: المقصود بقانون الاستهلاك:

يبدو لنا من خلال استعراض الدراسات التى تناولت بالبحث حماية المستهلك وقانون الاستهلاك أنها لم تضع تعريف لقانون الاستهلاك – أو قانون حماية المستهلك – سوى تعريف وحيد لفقيه مصرى ،فعرفه – اى قانون الاستهلاك – بانه مجموعة النصوص القانونية التى تهدف الى حماية المستهلك والتى تنظم العلاقة بين المهنيين و المستهلكين .[1]

ولعل السبب فى الابتعاد عن وضع تعريف لقانون الاستهلاك هو تشعب موضوعات قانون الاستهلاك وتمييزه بخصائص يصعب معها تصنيفه ضمن أحد الفروع التقليدية لتقسيمات القوانين ما بين قانون عام أو خاص، موضوعي أو إجرائي. ومع ذلك نحاول أن نضع تعريف وظيفي لقانون الاستهلاك – أو قانون حماية المستهلك – يسهم بقدر الإمكان فى دراسة الأحكام والقواعد القانونية – النظام القانونى – للاستهلاك أو حماية المستهلك.

---

(1) ورغم ذلك فان هذا التعريف قاصر حيث لا يشمل كافة موضوعات منظومة وقانون الاستهلاك. انظر د:احمد السعيد الزقرد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، دار الجامعة الجديدة ,الاسكندرية .٢٠٠٦ . ص ٢٨٤ .

أ- موضوعات قانون الاستهلاك :

يلزم بداية لتعريف قانون الاستهلاك أن نحدد الموضوعات التى يتناولها هذا القانون بالتنظيم، و من اهم هذه الموضوعات نذكر. علاقات الاستهلاك، وهى ما يعبر عنها فى الغالب بعقود الاستهلاك التى تبرم بين المهنى "المزود أو المورد أو المستورد ...إلخ" وبين المستهلك، وهى تعبر ايضا و بحسب الأصل عن علاقات الاستهلاك أيضاً ما بين المهنى والمستهلك فى حالة عدم وجود علاقة عقدية تتم من خلالها عملية الاستهلاك، مثل استفادة أحد أقارب المستهلك المتعاقد زوجته مثلاً من السلعة أو الخدمة المقدمة لها من المهنى، ويصيبها ضرر من السلعة أو الخدمة فيرجع بالتعويض على المهنى وهذه علاقة من علاقات الاستهلاك فى صورته غير العقدية وإن كان الغالب فى هذه المعاملات هى المعاملات الاستهلاكية العقدية.

وأيضاً من موضوعات قانون الاستهلاك نجد أشخاص منظومة الاستهلاك ومركزهم القانونى ، حيث نذكر منها مثلاً جهاز حماية المستهلك، وجمعيات حماية المستهلك والمورد والمزود والمعلن وغيرها من الأشخاص القائمة على أمور الاستهلاك ومعاملاته فى الدولة. وتشمل موضوعات القانون أيضاً تنظيم المواصفات القياسية للمنتج السلعة أو الخدمة وجودته، وكذلك يتسع الموضوع لينظم حقوق المستهلك، وغيرها من الموضوعات .

وأياً كان الأمر فإن عقود الاستهلاك تحتل النصيب الأكبر كموضوع فى التنظيم القانونى لتشريعات حماية المستهلك فى الدول المختلفة وبالتركيز عليها نستطيع أن نضع تعريفاً محدداً لقانون الاستهلاك.

١ـ عقود الاستهلاك[١]:

ترتكز عقود الاستهلاك على فكرة جوهرية مؤداها أن أحد طرفي العقد هو مهنى أو محترف يتمتع بقدرات مالية ومعلوماتية وقانونية تفوق الطرف الآخر "المستهلك"، فالأول يتمتع بالدراية الفنية والقدرة الاقتصادية والمعرفة القانونية فى مقابل طرف آخر يفتقر عادةً إلى ذلك ويحتاج بالضرورة لما يقدمه الأول من سلع أو خدمات[٢].

ويلاحظ أن الفقه فى معظمه لم يكن مهتم بوضع تعريف جامع مانع لعقود الاستهلاك، وسبب ذلك كما يراه جانب من الفقه هو أن هذه العقود لا تمثل طائفة أو تقسيماً مستقلاً قائماً بذاته[٣]. فهذه العقود، فى الواقع، ليست سوى تطبيقاً حديثاً للعقود المعروفة سلفاً كالبيع والتأمين وغيرها على أن هذه العقود تتميز بكون أحد العاقدين فيها هو المستهلك وهو الأولى بالحماية.

وفى ضوء ما تقدم يعرف البعض من الفقه عقود الاستهلاك بأنها "عقود عادية تتمثل فى توريد أو تقديم أشياء منقولة مادية أو خدمات إلا أن مقدم السلعة أو الخدمة يكون منتجاً أو مهنياً، والمتلقى هو المستهلك أى الفرد العادى الذى يبغى لإشباع حاجة شخصية أو عائلية، منقطعة الصلة بنشاطه التجارى أو المهنى[٤].

---

(١) انظر في شأن ذلك فى القانون الفرنسي حيث اهتمامه بعقود الاستهلاك كمحور قانون الاستهلاك وأهم موضوعاته.

Jean – Calais. Auloy, Droit de la Consommation, 3é éd, 1996. N° 156 et s.

(٢) راجع د. مصطفى أحمد أبو عمرو، الالتزام بالإعلام فى عقود الاستهلاك، دراسة فى القانون الفرنسى والتشريعات العربية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠١٠، ص ٢٢.

(٣) راجع د. محمد حسين منصور، الوجيز فى البيع، الأحكام التقليدية والالكترونية الدولية وحماية المستهلك، بدون ناشر، الإسكندرية، ٢٠٠٨/ ٢٠٠٩. ص ٤٥.

(٤) راجع د. محمد حسين منصور، الوجيز فى البيع، مرجع سابق، ص ٤٥.

يتضح من التعريف السابق أن عناصر عقود الاستهلاك أو معايير تمييزها تتمثل في محل العقد، إذ يرد على سلع أو أشياء مادية منقولة أو خدمات. كما يهتم التعريف أيضاً بصفة الأطراف، حيث يلزم أن يكون أحدهما مهنياً محترفاً يتعاقد لخدمة نشاطه المهنى، أما الآخر فهو المستهلك الذى يتعاقد بعيداً عن نطاق مهنته أو حرفته. ويركز التعريف كذلك على غاية المستهلك من التعاقد، والتى يجب أن تتمثل فى إشباع حاجة شخصية أو عائلية لا صلة لها بنشاطه المهنى[1].

وقد عرفت المادة الثانية من التوجيه الأوربى الصادر فى ١٩٩٧/٥/٢٠، عقد الاستهلاك – خاصة فى صورته الالكترونية – بأنه "عقد متعلق بالسلع والخدمات يتم بين مورد ومستهلك من خلال الإطار التنظيمى الخاص بالبيع عن بعد أو تقديم الخدمات التى ينظمها المورد، والذى يتم باستخدام واحدة أو أكثر من وسائل الاتصال الالكترونية حتى إتمام التعاقد"، وعرفة القانون الكندى بأنه "عقد يتم بين تاجر ومستهلك، بدون الحضور المادى لهما سواء فى مرحلة الإيجاب أو القبول وذلك عندما يكون الإيجاب موجهاً للكافة".

ويعرف البعض من الفقه عقد الاستهلاك الالكترونى بأنه "أحد العقود الغير مسماة لأن المشرع لم يضع له تنظيماً قانونياً مستقلاً، وأن عقد الاستهلاك هذا قد يتمثل فى عقد البيع أو الإيجار أو التأمين أو القرض أو الصيانة ...إلخ"، ويعرفه أيضاً البعض بأنه "العقد الذى يتلاقى فيه الإيجاب بالقبول عبر شبكة اتصالات دولية باستخدام التبادل الالكترونى للبيانات، وبقصد إنشاء التزامات تعاقدية" ولكن هذا التعريف منتقد بأنه لم يبين صفة الطرفين أو محل العقد أو غايته[2].

---

(١) راجع د. مصطفى أحمد أبو عمرو، الالتزام بالإعلام، مرجع سابق، ص ٢٣.

(٢) انظر فى كل ذلك، د. خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك فى العقد الالكترونى، دار الفكر الجامعى، الإسكندرية، ٢٠٠٨، ص ٢٩ وما بعدها. وانظر كذلك، د. خالد عبد=

ويعرف جانب آخر من الفقه عقود الاستهلاك بأنها "تلك العقود التى يبرمها المستهلك لأغراض شخصية أو عائلية" ولذلك يرى أن هذه القعود تتمتع بذاتية خاصة وترتكز على الظروف و الأسباب التى بررت وجود تشريعات خاصة لحماية المستهلك، والتى جعلت تلك الحماية مطلباً جوهرياً وملحاً(١).

ويستخلص بعض الفقه مفهوماً لعقود الاستهلاك من سياق نص المادة ١ ـ ١١٤ - L من قانون الاستهلاك الفرنسى، بأنها "تلك التى تبرم بشأن بيع مال منقول أو تقديم خدمة من جانب المهنى لصالح المستهلك" وعلى ذلك يعرف هذا الجانب من الفقه عقود الاستهلاك ـ موضحاً فيه تعريف عقود الاستهلاك الالكترونية بأنها "العقد الذى يبرم بوسيلة الكترونية أو تقليدية بين المهنى والمستهلك بشأن السلع أو خدمات يقدمها الأول للثانى لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية" وعلى ذلك فيرى صاحبه أن هذا التعريف يشمل صور التعاقد التقليدى أو الالكترونى، كما أنه يحتوى عناصر تميز عقود الاستهلاك عن غيرها من حيث كونها تبرم بين مهنى ومستهلك، وترد على منتجات تلزم الأخير أو أفراد أسرته من أجل إشباع الحاجات الشخصية التى لا صلة لها بحرفته أو مهنته(٢).

ويرى صاحب التعريف المتقدم وبحق أن عقود الاستهلاك بذلك لا تقتصر على عقود البيع فقط بل تشمل كافة العقود التى يمكن أن ترد على السلع والخدمات أو على المنتجات كما عرفها قانون حماية المستهلك ويضاف إلى ما سبق أن هذا التعريف قد جاء عاماً بحيث يشمل العقود الواردة على

=المنعم إبراهيم مصطفى، حماية المستهلك فى التعاقد الالكترونى، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، ٢٠١١، ص ٩١، وما بعدها.

(١) انظر، د. طرح البحور على حسن، عقود المستهلكين الدولية ما بين قضاء التحكيم والقضاء الوطنى، دار الفكر الجامعى، الإسكندرية، ٢٠٠٧، ص ١١.

(٢) راجع د. مصطفى أحمد أبو عمرو، الالتزام بالإعلام، مرجع سابق، ص ٢٥.

المنقولات وتلك التى يمكن أن ترد على عقارات كشراء أو استئجار أو رهن العقار[1].

وعليه نؤيد التعريف الأخير، مع وجوب ملاحظة أن لفظ المهنى الوارد فى هذا التعريف يجب أن يتسع وفقاً للمعنى الذى سبق ووضحناه بأنه لا يقتصر على المورد أو المزود بل يتسع ليشمل المستورد والمنتج والموزع والمعلن والقائم على الصيانة وغيره ممن يتعاقد مع المستهلك فى عقد من عقود الاستهلاك .

كما أن هذا التعريف يتضمن أهم خصائص عقود الاستهلاك والتى تدور حول محلها، حيث تتمثل فى المنتجات والخدمات اللازمة لإشباع الحاجات الشخصية أو العائلية للمستهلك، وتدور أيضاً حول فكرة التوازن العقدى بين الطرفين حيث أن علة تنظيم عقود الاستهلاك ووجود تشريع خاص بحماية المستهلك تتمثل فى كون أحد طرفى العقد وهو المستهلك يعد طرفاً ضعيفاً يحتاج للحماية بصورها المختلفة، وتدور أيضاً -اى العلة -حول طبيعة التنظيم التشريعى خاصة وأن عقود الاستهلاك تندرج ضمن ما ينظمه القانون المدنى أو التجارى من عقود، وإن كانت تتميز عن باقى العقود من حيث طبيعة محلها أو صفة أطرافها.

ومن أجل كل ما سبق حرص المشرع سواء فى فرنسا أو فى معظم الدول العربية ومنها مصر على سن تشريع خاص بحماية المستهلك ، بحيث يعد الشريعة الخاصة بشأنها[2]. وبذلك فأن أحكام القانون المدنى أو التجارى تكون واجبة التطبيق حال خلو تشريع حماية المستهلك من نص خاص يحكم المنازعة.

---

(١) المرجع السابق، ص ٢٦.
(٢) المرجع السابق، ص ٢٧.

وبنـاء علـى مـا تقـدم فـإن عقـود الاسـتهلاك تـشكل قلـب أو جـوهر موضـوعات قـانون الاسـتهلاك – أى قـانون حمايـة المـستهلك – وذلـك لأن منظومـة الاستهلاك فـى مجملهـا تتكامـل وتتـضافر جهودهـا لإتمـام علاقـات أو عقـود الاسـتهلاك، ومـن ثـم فـإن لهـذه المنظومـة غايـة أساسـية ألا وهـو تحقيـق موضـوعها الجوهرية وهو تحقيق علاقات الاستهلاك بما يعبر عنهـا فـى الغالـب بعقود الاستهلاك، هذا مع وجوب ملاحظة أن من موضوعات قانون الاستهلاك أيضاً أشخاص منظومة الاستهلاك مـن مهنيـين "كـالمورد أو المـوزع أو المعلـن ...الـخ" وجمعيـات ولجـان ومؤسسات خاصـة وعامـة تهـتم بـشئون الاسـتهلاك، وغيرها من أشخاص الدولة، وكذلك من الموضوعات مسألة تنظيم المواصفات القياسية للمنتجـات والخـدمات وغيرهـا مـن أدوات منظومـة الاسـتهلاك، وجميـع هـذه الموضـوعات والأدوات تهـدف إلـى تحقيـق غايـة جوهريـة ألا وهـى حمايـة المستهلك فى إطـار الحفـاظ على الاقتصـاد الوطنـى ومن ثم التوفيق بـين المصـالح المتعـارضـة فـى مجـال الاستهلاك.

٢- التعريف المقترح لقانون الاستهلاك:

فـى ضـوء مـا تقـدم يمكن أن نقتـرح تعـريفاً محـدداً لقـانون الاسـتهلاك – أو قـانون حمايـة المسـتهلك – بأنـه عبـارة عن مجموعـة القـواعد القانونيـة المنظمـة لمعـاملات الاسـتهلاك – عقديـة أو غيـر عقديـة – ومـا يـرتبط بهـا مـن علاقـات أخرى، وتنظم كذلك المركز القانونى لأشـخاص منظومـة الاستهلاك وعلاقـاتهم وأدواتهم المختلفة.

ثانياً: خصائص قانون الاستهلاك:

تتميـز قـواعد قـانون حمايـة المسـتهلك بالعديد مـن الخصـائص، والتـى يمكن إيضاحها فيما يلى:

١- قواعد خاصة ذات صفة آمرة:

إن قواعد قانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ ، تعد تشريع خاص لتنظيم معاملات الاستهلاك وأشخاصه وأدواته، ومن ثم فإن أحكام القانون المدنى والتجارى وغيرها بالنسبة له تعد تشريع عام ،بحيث تكون الأخيرة واجبة التطبيق فى شأن معاملات الاستهلاك حال خلو التشريع الخاص – قانون الاستهلاك – من حكم خاص ينظمها.

ويدعم ذلك نص المادة الأولى من مواد الإصدار بقانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ على أنه يعمل بأحكام القانون المرافق فى شأن حماية المستهلك، وكذلك ما ورد فى نص المادة الثانية بالفقرة الأخيرة منها من هذا القانون على أنه ".... وذلك وفق أحكام هذا القانون ودون إخلال بما تقضى به المعاهدات والاتفاقيات الدولية النافذة فى مصر".

هذا و لم تكن قواعد قانون حماية المستهلك قواعد خاصة فقط بل هى أيضاً فى معظمها قواعد آمرة، وذلك لكونها قواعد تنتمى لفكرة النظام العام الحمائى[1]، حيث أنها قواعد أتت بكثير من القيود على الإرادة والحرية العقدية للمتعاملين فى مجال الاستهلاك بما لا يجوز معها الإتفاق على مخالفة معظم أحكام قانون الاستهلاك ،الا اذا كان يحقق حماية افضل للمستهلك، ولذا تتنوع صور جزاء هذه المخالفة ما بين جزاء مدنى وآخر جنائى.

---

(١) انظر:
G. VINEY et P. Jourdain, Traite de droit civil, Les effets des responsabilité, 2é éd, L. G. D. J, Dalloz, 2001, P. 363.

وانظر:
د. محمد حسين منصور، المسئولية الالكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٣، ص ١٣٤، ود. ممدوح محمد على مبروك، ضمان مطابقة المبيع فى نطاق حماية المستهلك، دراسة تحليلية فى القانون المدنى وقانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ ولائحته التنفيذية، وبعض القوانين الأجنبية، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٨، ص ١١٥ وما بعدها.

وأيضاً يؤكد كونها آمرة أنها قواعد تهدف إلى حماية الطرف الضعيف "المستهلك" سواء من خلال إكسابه بعض الحقوق، كما هو مقرر بنص المادة رقم ٢ من قانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦، ومن خلال إلزام المتعاقد – أى المهنى – مع المستهلك بالعديد من الالتزامات والتى منها بالأخص الالتزام بالإعلام والالتزام بتقديم فاتورة للمستهلك وغيرها، وذلك وفقاً لما هو مقرر فى نص المادة ٣ وما بعدها من قانون حماية المستهلك المصرى.

وتتضح الصفة الآمرة لقواعد قانون حماية المستهلك كذلك من خلال تقرير المشرع فى قانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ جزاء البطلان وجزاء الغرامة الجنائية على مخالفة الكثير من أحكام هذا القانون، كما هو فى نص المادة رقم ١٠، والمادة رقم ٢٤ من هذا القانون.

٢- قواعد مختلطة:

يتضح من دراسة نصوص قانون حماية المستهلك أن القواعد الواردة فيه هى قواعد مختلطة بمعنى أن قانون حماية المستهلك يتضمن فى ذات الأحكام قواعد تنتمى للقانون العام وأخرى تنتمى للقانون الخاص، كما أنه يتضمن قواعد موضوعية وأخرى إجرائية. فهو من ناحية أولى يتضمن قواعد قانون خاص تتعلق بتنظيم مصالح أشخاص القانون الخاص ومن أمثلة ذلك نص المادة رقم ٤، ونص المادة رقم ٥ من قانون حماية المستهلك المصرى الحالى.

كما انه يتضمن من ناحية ثانية قواعد قانون عام حيث تنظيمه لعلاقات تتصل بحق السيادة فى الجماعة ويشترك فيها شخص من أشخاص القانون العام بما له من سيادة كما هو الحال فى نصوص المواد أرقام ١، و٢، و١٢ وما بعدها و١٧ وما بعدها من قانون حماية المستهلك المصرى.

ومن ناحية أخيرة فإن قواعد قانون حماية المستهلك قواعد مختلطة أيضاً ،حيث ان نصوصه تحتوى على أحكام وقواعد موضوعية تتمثل فى القواعد التى تقرر الحقوق وتنظمها كما هو الحال فى نصوص المواد أرقام ٢، ٧، ٨ و ١١ من قانون حماية المستهلك المصرى

وتحتوى نصوصه على قواعد إجرائية تنظم كيفية حماية الحقوق والمطالبة القضائية بها وإجراءات المطالبة بها و تحدد الجهة المختصة بالفصل فى منازعات قانون الاستهلاك وذلك بالاستناد إلى نصوص المواد أرقام ١٣، ١٧، ١٩ من قانون حماية المستهلك المصرى.

٣- قواعد حديثة النشأة وسريعة التطور:

يتبين أن التنظيم القانونى المختص بتنظيم الاستهلاك وحماية المستهلك ظهر حديثاً ويلاحظ كذلك إنه يتطور بسرعة نتيجة لتطور ظاهرة حماية المستهلك فى العلوم الاجتماعية الأخرى، حيث تعد حركة حماية المستهلك حركة حديثة النشأة، ولم تتبلور إلا فى الستينات من القرن المنصرم، وتعد الولايات المتحدة الأمريكية مهد هذه الحركة بعد أن برزت فيها مخاطر المجتمع الاستهلاكى مع بلوغ النظام الاقتصادى الرأسمالى أوج نموه(١). والتى تبلورت تبعاً لها حقوق المستهلك مما أدى إلى بروز تشريعات حماية المستهلك وميلاد منظمات وجمعيات المستهلكين فى العديد من الدول الأوربية فى نهاية السبعينات وبداية الثمانينات(٢).

---

(١) انظر فى تفاصيل هذه الحركة، محمد فهمى عمر الحجار، حماية المستهلك، رسالة ماجستير، الجامعة الأردنية، كلية الاقتصاد، ١٩٨٥/ ١٩٨٦، ص ٢٨ وما بعدها.

(٢) انظر، د. أبو بكر بعيرة، حماية المستهلك وحاجة الدول النامية إليها، المجلة العربية للعلوم الإدارية، عمان، تشرين الأول، ١٩٨٠، ص ٣١، د. خالد عبد المنعم إبراهيم، حماية المستهلك فى التعاقد الالكترونى، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، ٢٠١١، ص ٢٠٠.

وكان اهتمام فرنسا بالتنظيم القانونى للاستهلاك وحماية المستهلك،امر واضح، حيث أصدرت وتحت ضغط جمعيات المستهلكين قانون توجيه التجارة والحرف المؤرخ فى ٢٧ ديسمبر ١٩٧٣ والمسمى قانون Royer، وقانون Scrivener المتعلق بالشروط التعسفية والمؤرخ فى ١٠ يناير ١٩٧٨. وتم فى عام ١٩٨٢ إنشاء لجنة خاصة سميت بلجنة إعادة صياغة قانون الاستهلاك وتم تجميع النصوص فى التقنين المؤرخ فى ٢٦ يوليو ١٩٩٣، وتم تقنين تلك النصوص وغيرها بمرسوم فى ١٩٩٧/٣/٢٧ (١).

وكان هناك تطور موازى فى هذا الشأن لدى دول الاتحاد الأوربى – كمنظمة دولية – خاصة وأنه بدخول السوق الأوربية المشتركة مرحلة جادة من العمل كان التوقيع على معاهدة MAASTRICHT بتاريخ ٧ فبراير ١٩٩٢، والتى تضمنت جزءً خاصاً تحت عنوان حماية المستهلكين أضيف إلى معاهدة روما، وكان مفادها نص وحيد يقضى بأن تساهم المجموعة فى تحقيق مستوى عالى من الحماية للمستهلكين. هذا بالإضافة إلى زيادة المجموعة فى تحقيق مستوى عالى من الحماية للمستهلكين. هذا بالإضافة إلى زيادة دور التنظيم الدولى لجمعيات المستهلكين(٢) وهذا كان منذ فترة زمنية قريبة حدث فيها تطور سريع ومتلاحق لاحكام قانون الاستهلاك وحمايته للمستهلكين فى الدول المختلفة.

وفى إطار ما تقدم يمكن أن يتصف قانون الاستهلاك بأنه قانون حديث النشأة وسريع التطور وخاصة لارتباطه الشديد بالتطور السريع والحادث فى المنتجات "السلع والخدمات" موضوع او محل علاقات الاستهلاك بما ينعكس بلا شك على أحكام وقواعد القانون، حتى تتواكب مع هذه التطورات. ولعل

---

(1) J. Calais – Auloy, et F. steinmetz, Droit de La consummation, Dalloz, 7é éd, 2006. p. 7 ets

(٢) انظر:

Didier Ferrier, La Protoction des Consommateur, op. cit. P. 1 ets.

حداثة القانون ثابتة كصفة فى حق قانون حماية المستهلك المصرى وقانون حماية المستهلك العمانى حيث صدر الأول فى ١٩ مايو ٢٠٠٦م، وصدر الثانى فى ٢٨ أغسطس ٢٠٠٢م.

٤ـ قواعد خالقة لكيانات اجتماعية وإدارية:ـ

تتصف قواعد قانون حماية المستهلك بأنها قواعد خالقة لاشخاص اجتماعية وأحياناً قواعد خالقة لاشخاص إدارية، حيث يلاحظ أن قانون حماية المستهلك غالباً ما ينص على قيام وانشاء كيانات عامة تعمل على متابعة منظومة الاستهلاك وتنظم مؤسسات وهيئات وجمعيات تقوم على شئون الاستهلاك وخاصة حماية المستهلك، كما هو الحال فى قيام الجمعيات بالدفاع عن مصالح المستهلكين وتوعيتهم، والدعاية المضادة والامتناع أو الإضراب عن الشراء والامتناع عن الدفع لمصلحة المستهلكين، وكذلك تمنح المستهلكين الحق فى المشاركة فى المؤسسات والمجالس واللجان المتصل عملها بحماية المستهلك، ويؤكد ذلك كثيراً من النصوص القانونية منها نص المادة رقم ٢ فقرة ز، والمادة رقم ١٢، وغيرها من قانون حماية المستهلك فى مصر. ومن هنا يظهر الدور الاجتماعى لهذه المؤسسات وهذا القانون.

وقواعد قانون حماية المستهلك تخلق اشخاص ادارية مثل جهاز حماية المستهلك وذلك يؤكد الطبيعة الادارية لقواعد قانون الاستهلاك الى جانب طبيعتها الاجتماعية و الخاصة .

و تتأكد الطبيعة الادارية لقواعد قانون الاستهلاك من خلال فرض قواعده لنوع من الرقابة الإدارية على منظومة الاستهلاك حيث اللجان والأجهزة الإدارية المختصة بشئون الرقابة على المنتجين وغيرها، ومنح العاملين بالأجهزة المختصة صفة الضبطية القضائية إلى جانب صفتهم الإدارية. لتحقيق أهداف قانون الاستهلاك، كما هو فى نصوص المواد أرقام ١٢، و١٧ من قانون حماية المستهلك المصرى.

المطلب الثانى

مصادر قانون الاستهلاك

تمهيد:

من المقرر قانوناً أن المصادر الرسمية للقانون وفقاً لنص المادة الأولى من القانون المدنى المصرى هى بحسب الترتيب التشريع ثم العرف ثم مبادئ الشريعة الإسلامية ثم مبادئ القانون الطبيعى وقواعد العدالة. وقانون الاستهلاك – أو قانون حماية المستهلك – بدوره لم يخرج عن ذلك، ولكن ما يلاحظ فى شأنه أنه يفتقر إلى قواعد عرفية نظراً لحداثة نشأته كما عرفنا، كما أنه ينظم علاقات الاستهلاك التى قد تتجاوز نطاق إقليم الدولة وهذه العلاقات محل اهتمام دولى ،حيث ان حقوق المستهلك من حقوق الانسان ،و لذلك نجد دور للمنظمات والمؤسسات الدولية فى تنظيمه ومن ثم دورها فى تحديد المصادر التشريعية والغير رسمية لقانون حماية المستهلك خاصة دور الجمعيات الدولية المهتمة بشئون المستهلك وحماية مصالحه، وفى ضوء ذلك نوضح مصادر قانون الاستهلاك فيما يلى:

أولاً: التشريع:

كما أن التشريع هو المصدر الرسمى الأصلى للقواعد القانونية بوجه عام، فأنه المصدر الرسمى الأصلى لقواعد قانون الاستهلاك أو قانون حماية المستهلك.

والتشريع فى هذا المقام يشمل التشريع بجميع درجاته وهى التشريع الأساسى، والتشريع العادى والتشريع الفرعى، على أن يكون مفهوماً وجوب احترام التشريع الأدنى للتشريع الأعلى عملا بمبدأ تدرج التشريعات.

ففى التشريع الأساسى، حيث الدستور المصرى الصادر فى عام ٢٠١٢ نجد انه قد تضمن مبادئ أساسية لحرية ممارسة النشاط الاقتصادى وكفلها للجميع، ونص فى المادة رقم ١٤ منه على أنه ".... وتعمل خطة التنمية على

إقامة العدالة الاجتماعية والتكافل وضمان عدالة التوزيع وحماية حقوق المستهلك، والمحافظة على العاملين ..." وبذلك قرر المشرع الدستورى حق المستهلك فى الحماية باعتباره أحد حقوق الإنسان وفقاً لنص المادة ٦ من الدستور وعليه فإن الدستور يعد المصدر الأساسى للتشريع فى قانون الاستهلاك ومن ثم فلا يجوز لأى تشريع آخر أن يخالف ذلك طالما انه أقل منه.

وبخصوص التشريع العادى نجد أن المشرع المصرى لم يكن ينظم الاستهلاك أو يحمى المستهلك بقانون خاص حتى صدور القانون الحالى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ الخاص بحماية المستهلك". وكان قبله ينظم الاستهلاك من خلال قواعد قانونية غير مباشرة وبنصوص أو قواعد القانون العام، وكانت أبرز التشريعات فى ذلك الشأن القانون رقم ٤٨ لسنة ١٩٤١ الخاص بقمع الغش والتدليس وتعديلاته الصادرة بالقانون رقم ٢٨١ لسنة ١٩٩٤ وكان محور ذلك القانون هى الحماية الجسدية للمستهلك وعدم إهدار توقعاته المستهدفة لديه عند طلبه للسلعة بطريق الغش، وهدف هذه القوانين أيضاً المرسوم بقانون رقم ٩٥ لسنة ١٩٤٥ الخاص بشئون التموين، وكذلك المرسوم بقانون رقم ١٦٣ لسنة ١٩٥٠ الخاص بالتسعير الجبرى وتحديد الأرباح، وكذلك القانون رقم ٥٧ لسنة ١٩٣٩ الخاص بالمعاملات والبيانات التجارية والقانون رقم ٥٥ لسنة ١٩٥١ الخاص بالأسماء التجارية، والقانون رقم ١٠ لسنة ١٩٦٦ بشأن مراقبة الأغذية وغيرها.

ولكن نتيجة لتطور السلع والخدمات وظهور التكتلات الاقتصادية ظهر مدى أهمية حماية المستهلك بصورة أكثر فعالية وبصورة مباشرة وتنفيذاً لالتزامات مصر الدولية وتطبيقاً لإرشادات الأمم المتحدة قام المشرع المصرى بإصدار القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ فى شأن حماية المستهلك[1]. وما يجب

---

(١) انظر فى تفاصيل هذه الافكار. د. خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك فى العقد الالكترونى، دار الفكر الجامعى، الإسكندرية، ٢٠٠٨، ص ٥٨، ود. حسن عبد الباسط جميعى، حماية المستهلك فى مصر بالمقارنة بأوضاع الحماية فى دول السوق الأوربية والشرق الأوسط" طبعة جامعة القاهرة، بدون سنة نشر، ص ٣٨.

ملاحظته هنا رغم ما تقدم أن معظم هذه القوانين في رأينا ـ وفقا للواقع العملى ـ لا تزال سارية وتطبق حتى الآن فيما لم يأتى فى شأنه نص خاص فى قانون حماية المستهلك ويؤكد رأينا ذلك عدم النص فى هذا القانون على إنهاء العمل بها أو غيره، خاصة وأن قانون حماية المستهلك هذا وضع قواعد تتسم من ناحية بالعمومية في الحماية وليست متخصصة كما هو في القوانين المذكورة[1].

ومع ذلك فأنه بخصوص التشريع العادى يمكن القول بأنه فى مجال علاقات الاستهلاك فأنه يقصد به – أى بالتشريع العادى – قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦، باعتباره التشريع ذو الولاية العامة لعلاقات الاستهلاك، بالإضافة إلى ما صدر أو يصدر من تشريعات مستقلة تعالج ناحية أو أخرى من نواحى الاستهلاك كما هو الحال فى القوانين المذكورة عاليه، كما ينصرف إلى القواعد الواردة فى القانون المدنى والمنظمة لعقود الإذعان مثلاً وغيرها فيما يتعلق بحماية المستهلك بصفته طرف ضعيف أو مذعن وكذلك ما يرد فى القانون التجارى من قواعد يتعلق بالاستهلاك.

أما عن التشريع الفرعى حيث يلاحظ أن التشريع الفرعى يلعب دوراً هاماً فى مجال تنظيم علاقات الاستهلاك. وذلك يرجع لما يتصف به قانون الاستهلاك من طابع اجتماعى وإدارى يقتضيه طابع واقعية علاقات الاستهلاك فنجد اللوائح المختلفة التى يمكن أن تشكل مصدراً حيوياً لقانون الاستهلاك عامة منها تلك التى تنظم ما يتعلق بحقوق المستهلك فى الصحة والسلامة عند استعماله المنتجات، ومنها ما يتعلق بالمواصفات القياسية ودرجة الجودة الواجب توافرها بالمنتجات وغيرها ولعل أكثر ما يؤكد ذلك أن لوزير الصناعة والتجارة سلطة إصدار القرارات واللوائح المختلفة فى شأن تنظيم منظومة

---

(١) قارب، سيد محمد سيد شعراوى، الحماية المدنية للمستهلك فى عقود البيع الالكترونية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، ٢٠١٠، ص ٥٢ وما بعدها.

الاستهلاك حيث الاستناد إلى المواد أرقام ١ من الإصدار، و ١ من القانون وم ٧ من قانون حماية المستهلك المصرى.

ثانياً: المصادر الأخرى:

من المصادر الرسمية الأخرى نذكر المعاهدات والاتفاقيات الدولية النافذة فى الدولة، حيث أن المشرع المصرى نص على ذلك صراحة فى المادة رقم ٢ من قانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦. وحيث كان المثال الواضح على أهمية هذا المصدر هو الحال القائم فى دول الاتحاد الأوربى حينما دخلت السوق الأوربية المشتركة مرحلة جادة بالتوقيع على معاهدة Maastricht بتاريخ ٧ فبراير ١٩٩٢ حيث إنشاء الاتحاد الأوربى وإضافة جزء خاص تحت عنوان حماية المستهلكين إلى معاهدة روما حيث حث الدول الأعضاء على تحقيق أعلى مستوى ممكن من الحماية للمستهلكين فى تشريعات الدول الأعضاء بما يجعلها مصدراً لقانون الاستهلاك، وكان أقصى ما فعلته هذه الاتفاقيات هو تحقيق التقارب بين تشريعات مختلف الدول نظراً لاستحالة توحيدها بسبب خصوصية كل تشريع فى شأن حماية المستهلك(١).

هذا وقد أعتمدت الجمعية العامة للأمم المتحدة فى ١٩٨٥/٤/٩ بموجب القرار رقم ٣٩/ ٢٤٨ عدد من المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك مضمونها إقرار حقوقه فى ثمانية مجالات، هى الحق فى السلامة، الحق فى أن يحاط علماً بالسلع والخدمات، والحق فى الاختيار من بينها، والحق فى أن يُستمع إليه، الحق فى إشباع احتياجاته الأساسية، الحق فى الإنصاف والتعويض، الحق فى

---

(١) انظر:
Calais (J.A), Stenmetz (F.), Droit de la Consummation 7é édition, Dalloz, 2006. P. 33 et s.

التعليم والتثقيف والحق فى بيئة صحية. وهذا يشكل التزاماً يقع على عاتق الدول بمناسبة ممارسة اعمالها المختلفة. أن تفى به خاصة فى تشريعاتها.

وفى ختام هذه المصادر نذكر البعض من المصادر غير الرسمية والتى منها بلا شك ما يخلص إليه رجال الفقه فى دراسة قانون الاستهلاك وحماية المستهلك من مبادئ ونظريات غالباً ما يعتد بها المشرع لتطوير أحكامه ويستعين بها القضاء عند النظر فى منازعات قانون الاستهلاك والذى يعد بدوره ايضا ، أى القضاء مصدراً لقانون الاستهلاك وإن كان فى الغالب مصدر غير رسمى.

ولا يمكن فى نهاية الحديث عن مصادر قانون الاستهلاك وحماية المستهلك أن ننفى دور جمعيات المستهلكين والمنظمات الدولية المهتمة بشأن حماية المستهلكين فى توفير المصادر لا سيما المصادر المادية للقانون حيث ما تنتهى إليه هذه المؤسسات والمنظمات من دراسات وأبحاث وقرارات وغيرها، يجب أن يعتد بها المشرع فى تنظيم الاستهلاك وأحكامه التشريعية المنظمة له.

هذا مع ملاحظة أن القاضى يعمل نص المادة الأولى من القانون المدنى فى حالة ما يعرض عليه منازعات الاستهلاك حيث يلجأ لمبادئ الشريعة الإسلامية وثم مبادئ القانون الطبيعى وقواعد العدالة إن لم يوجد نص فى التشريع ولا فى العرف.

المطلب الثالث

أشخاص ومصطلحات قانون الاستهلاك

تمهيد:

أورد المشرع المصرى فى المادة الأولى من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ تعريفات للعديد من أشخاص منظومة الاستهلاك، كما أورد

أيضاً تحديداً للكثير من مصطلحات وأدوات قانون الاستهلاك، . وعلى ذلك نتناول فيما يلي هذه التعريفات والمصطلحات بشئ من التفصيل:

أولاً: الأشخاص:

بداية حدد المشرع المصرى فى المادة الأولى من قانون حماية المستهلك المقصود بالأشخاص حيث نص على أن الأشخاص هى "الأشخاص الطبيعيون، والأشخاص الاعتبارية، ومنها الشركات بجميع أشكالها والكيانات الاقتصادية والجمعيات والاتحادات والمؤسسات والمنشآت والروابط والتجمعات المالية وتجمعات الأشخاص على اختلاف طرق تأسيسها، وغير ذلك من الأطراف المرتبطة على النحو الذى تحدده اللائحة التنفيذية تطبيقاً لأهداف وأحكام هذا القانون" وقد قامت اللائحة التنفيذية بدورها بإعمال هذا النص حيث نصت فى المادة الرابعة من اللائحة على أنه "يقصد بالأشخاص، الأشخاص الطبيعيون والأشخاص الاعتبارية، ومنها الشركات بجميع أشكالها والكيانات الاقتصادية والجمعيات والاتحادات والمؤسسات والمنشآت والروابط والتجمعات المالية وتجمعات الأشخاص على اختلاف طرق تأسيسها أياً كانت طرق تمويل هذه الأشخاص أو جنسيتها أو مراكز إدارتها أو المراكز الرئيسية لأنشطتها.

ويعد من الأشخاص المشار إليها فى الفقرة الأولى، الأطراف المرتبطة المكونة من شخصين أو أكثر لكل شخص منها شخصية قانونية مستقلة، تكون غالبية أسهم أو حصص أحدها مملوكة مباشرةً أو بطريق غير مباشر للطرف الأخر أو تكون مملوكة لطرف واحد.

كما يعد من هذه الأطراف المرتبطة الشخص الخاضع أو الأشخاص الخاضعون للسيطرة الفعلية لشخص آخر، ويقصد بهذه السيطرة الفعلية كل

وضع أو اتفاق أو ملكية لأسهم أو حصص أياً كانت نسبتها، وذلك على نحو يؤدى إلى التحكم فى الإدارة أو فى اتخاذ القرارات".

وعلى ذلك فأن أشخاص منظومة الاستهلاك هى كل شخص طبيعى أو اعتبارى ينطبق عليه المعنى المحدد فى نص المادة رقم ٢ من قانون حماية المستهلك والموضح أمثلة له فى نص المادة رقم ٤ من اللائحة التنفيذية وبذلك فأن أشخاص منظومة أو قانون الاستهلاك لم ترد فى القانون على سبيل الحصر وإنما هى متعددة ومتنوعة ومنها المستهلك والمورد ، والمعلن، والجهاز والجمعيات واللجان، والهيئات والمؤسسات والشركات والاتحادات وغيرها.

وفى ضوء هذا التوضيح نتناول تحديد المقصود بباقى أشخاص منظومة الاستهلاك والتى تتدخل فى المعاملات الاستهلاكية محل التنظيم القانونى لقانون حماية المستهلك ،و هى ايضا من الاشخاص.

١ـ المستهلك: "إحالة"(١)

يعد المستهلك أحد أهم أشخاص قانون الاستهلاك وعرفه المشرع بأنه كل شخص تقدم إليه أحد المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجرى التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص. وهو دائماً محور معاملات الاستهلاك التى ينظمها قانون حماية المستهلك والذى يكاد يمثل مناطاً لخضوع المعاملة الاستهلاكية لأحكام قانون حماية المستهلك.ويمثل كذلك محور أحكام قانون الاستهلاك.

٢ـ المورد "شخص مهنى": "إحالة"(٢)

عرف المشرع المصرى المورد كشخص من أشخاص منظومة الاستهلاك وكأحد عناصر أو أحد مقومات المعاملات الاستهلاكية محل التنظيم

---

(١) راجع نص المادة الأولى من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦، والمادة رقم ٦ من اللائحة التنفيذية لهذا القانون. وراجع فيما سبق تحديد المقصود قانوناً بالمستهلك ص ١٣ وما بعدها.

(٢) راجع فى شأن المهنى ما سبق، ص ٤٦ وما بعدها .

القانونى لقانون حماية المستهلك، وذلك فى نص المادة الأولى من القانون والمادة السابعة من اللائحة التنفيذية بأنه "كل شخص طبيعى أو اعتبارى يقوم بتقديم خدمة أو بإنتاج أو استيراد أو توزيع أو عرض أو تداول أو الاتجار فى أحد المنتجات أو التعامل عليها، وذلك بهدف تقديمها إلى المستهلك أو التعاقد أو التعامل معه عليها بأية طريقة من الطرق بما فى ذلك الوسائل الالكترونية وغيرها من وسائل التقنية الحديثة". وعلى ذلك فإن المور يعد أحد الأشخاص المقصودة بالمهنى وفقاً للمعنى السابق الذى حددناه، والمورد بذلك المعنى الوارد فى النص يتسع ليعبر عن المنتج والمستورد والموزع والتاجر ومن يقوم بعرض المنتجات أو يتداولها وكذلك الصانع وكل هؤلاء الأشخاص وغيرهم وفقاً للمحدد بالنص يعتبرون أشخاص فى منظومة وقانون الاستهلاك.

٣- المعلن:

يعد المعلن أحد أشخاص منظومة الاستهلاك وهو أحد الأشخاص المؤثرة فى إرادة المستهلك بلا شك والتى قد تعمل لصالح المهنى ولذلك كان اهتمام المشرع بالمعلن حيث عرف المشرع المصرى المعلن فى المادة الأولى من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦، والمادة الثامنة من اللائحة التنفيذية حيث أن المعلن هو كل شخص طبيعى أو اعتبارى يقوم بالإعلان عن سلعة أو خدمة أو الترويج لها بذاته أو بواسطة غيره باستخدام أية وسيلة من الوسائل بما فى ذلك الوسائل الالكترونية وغير ذلك من وسائل التقنية الحديثة.

ويعد معلناً طالب الإعلان، والوسيط الإعلانى، والوكالة الإعلانية، ووسيلة الإعلان، وذلك وفقاً للمواصفات القياسية المصرية الخاصة باشتراطات الإعلان عن السلع والخدمات. وعليه فإن المستهلك هو أحد أشخاص منظومة الاستهلاك ويعد مهنياً وفقاً لما بيناه.

٤ ـ الجهاز:

المقصود بالجهاز هنا هو جهاز حماية المستهلك المنشأ طبقاً لأحكام قانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠١، وهذا الجهاز يعد أحد أهم أشخاص قانون منظومة الاستهلاك حيث يختص هذا الجهاز بأمور عديدة فى شأن منظومة الاستهلاك والتى من أهمها وضع الخطط وبرامج العمل لحماية حقوق المستهلك وتقديرها وتنميتها ووسائل تحقيق ذلك، وتلقى الشكاوى من المستهلكين والجمعيات والتحقيق فيها وغيرها من الاختصاصات والتى تهدف جميعاً إلى حماية المستهلك وصون مصالحه[1].

٥ـ الجمعيات:

تعد الجمعيات من أهم أشخاص قانون ومنظومة الاستهلاك حيث أن هذه الجمعيات تقوم على أداء أدوار عديدة تهدف إلى حماية المستهلك، وقد اشار اليها المشرع فى قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ بالمادة رقم ١ وفى المادة رقم ١٠ من اللائحة التنفيذية لهذا القانون فقررت أن الجمعيات هى "الجمعيات والمؤسسات الأهلية والتى تعنى بحماية المستهلك سواء بصفة أساسية أو تبعية، وتعتبر الجمعية معنية بصفة أساسية بحماية المستهلك إذا كان الغرض الرئيسى من إنشائها يتمثل فى العمل فى مجالات حماية المستهلك، وتعتبر معنية بصفة تبعية بحماية المستهلك إذا كان غرض حماية المستهلك يمثل أحد مجالات عملها. وأجاز المشرع العمانى إنشائها بموجب نص المادة رقم ٢٣ من قانون حماية المستهلك لسلطنة عمان رقم ٨١ لسنة ٢٠٠٢.

٦ـ لجان الفصل :

يقصد بهذا الشخص اللجان المختصة بالفصل فى منازعات قانون الاستهلاك والتى تقع بين المهنى "المورد او المعلن " والمستهلك .حيث ان

---

(١) انظر، المادة رقم ١، والمادة رقم ١٢ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦، وأحكام الفصل الثانى من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المواد أرقام ٢٦، و٢٧، و٢٨.

المشرع قرر فى رقم ١٧ من قانون حماية المستهلك ان يكون نظر منازعات قانون الاستهلاك هذا من اختصاص لجان تنشىء لذلك وفق التشكيل المنصوص عليه فى ذات النص .وهى تشكل بقرار من رئيس مجلس ادارة جهاز حماية المستهلك وللقرارات الصادرة عنها قوة الحكم الابتدائى .

ومن الأشخاص الأخرى لمنظومة الاستهلاك أيضاً نذكر وزارة التجارة والصناعة حيث أنها الوزارة المختصة بإصدار اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك والوزير فيها هو المختص بتطبيق أحكام قانون حماية المستهلك.

ثانياً: مصطلحات منظومة الاستهلاك:

لقانون الاستهلاك مفردات قانونية نعبر عنها بمصطلحات منظومة الاستهلاك ومن هذه المفردات نجد المنتجات، أو السلع والخدمات والعيب والفاتورة وغيرها ونوضح فيما يلى المقصود بهذه المصطلحات وخاصة تلك التى نص عليها القانون وذلك فيما يلى:-

١- المنتجات "السلع والخدمات":

حدد المشرع المصرى المقصود بالمنتجات فى المادة الأولى من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ بأنها "السلع والخدمات المقدمة من أشخاص القانون العام أو الخاص وتشمل السلع المستعملة التى يتم التعاقد عليها من خلال مورد".

هذا ويلاحظ أن كلمات المنتجات والخدمات والسلع كلمات قد تم استخدامها فى القانون الاقتصادى وبخاصة فى قانون الاستهلاك الفرنسى حيث تعتبر التفرقة بين المنتجات والخدمات من ناحية، وبين المسكن من

ناحية أخرى، ذات أهمية كبيرة على غرار التفرقة التقليدية بين المنقولات والعقارات[1].

ويقصد بالمنتج فى الفقه الفرنسى أنه منقول مادى قابل للبيع والشراء فى مجال التجارة، ويتعلق فى نطاق دراسة قانون الاستهلاك بالمنتجات المبيعة للمستهلكين، أى فى المرحلة الأخيرة من التطور الاقتصادى، وبعض المنتجات عبارة عن سلع للاستهلاك مثل الأغذية والمنتجات الصيدلية، ومستحضرات التجميل، وبعض المنتجات عبارة عن أموال أو سلع معمرة أو مستديمة مثل الأثاث، والأجهزة المنزلية، والسيارات[2].

أما كلمة خدمة فهى كلمة أكثر غموضاً، حيث أنها تعنى أو تشمل كل أداء أو عمل يمكن أن يقدم بمقابل، ولكن ليس مالاً منقولاً مادياً. والخدمة يمكن أن تكون مادية مثل إصلاح جهاز أو تنظيف ملابس أو مكان، ويمكن أن تكون خدمة مالية مثل تقديم التأمين أو الائتمان، وقد تكون خدمة ذهنية مثل العناية الطبية والاستشارات القانونية[3].

٢- الفاتورة:

تعد من مفردات أو مصطلحات قانون ومنظومة الاستهلاك الفاتورة وقد عرفها المشرع المصرى فى المادة التاسعة من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك بأنها "كل مستند كاف بذاته لإثبات التعامل أو التعاقد مع المستهلك على المنتج، على أن يكون متضمناً البيانات التى يتطلبها القانون وهذه اللائحة". وهذه الفاتورة تمثل محل التزام يقع على عاتق المهنى تجاه المستهلك،بان يقدمها الأول للثانى.

---

(١) انظر:

Jean. Calais, Auloy, Droit de La Consommation, op. cit. N° 157.

(٢) المرجع السابق، نفس الموضع.

(٣) المرجع السابق، نفس الموضع.

٣ـ العيب:

يعد مصطلح العيب أحد أهم المفردات او المصطلحات القانونية فى قانون حماية المستهلك حيث أنه يمثل مناط حق المستهلك فى استبدال أو اصلاح المنتج أو إرجاعه للمهنى "المورد"، كما أنه يشكل مناطاً لالتزام المهنى "المورد" تجاه جهاز المستهلك بالاخطار بأفات المنتجات وأضرارها المحتملة خلال مدة أقصاها سبعة أيام منذ اكتشافه أو علمه بالعيب فى المنتج.

وذلك وفقاً لنص المادة رقم ٧ من قانون حماية المستهلك المصرى حيث يقصد بالعيب "كل نقص فى قيمة أى من المنتجات أو نفعها بحسب الغاية المقصودة يؤدى إلى حرمان المستهلك كلياً أو جزئياً من الاستفادة بها فيما أعدت من أجله، بما فى ذلك النقص الذى ينتج من خطأ فى مناولة السلعة أو تخزينها، وذلك كله ما لم يكن المستهلك تسبب فى وقوعه.

الفصل الثانى

أحكام حماية المستهلك

تمهيد و تقسيم:

يتناول المشرع تنظيم حماية المستهلك من خلال العديد من الأدوات القانونية، والتى يمكن أن نحصرها فى الأدوات الآتية: الأولى حيث الإقرار التشريعى للحقوق الأساسية للمستهلك،و الثانية حيث فرض التزامات معينة بنص القانون على المهنى "المورد أو المزود أو المستورد ... الخ" بشأن الاستهلاك ومعاملاته وتكون أغلب هذه الالتزامات تجاه المستهلك، والثالثة حيث النص على إنشاء وتنظيم الأجهزة والأدوات والمؤسسات التى تقوم على شئون مراقبة منظومة الاستهلاك وتحقيق الحماية المنشودة والتى منها جهاز حماية المستهلك وجمعيات حماية المستهلكين. وعلى ذلك نتناول دراسة أحكام حماية المستهلك فى القانون من خلال التقسيم او المباحث الثلاثة التالية:

المبحث الأول: حقوق المستهلك.

المبحث الثانى: التزامات المهنى.

المبحث الثالث: أجهزة وجمعيات حماية المستهلك.

المبحث الأول
حقوق المستهلك

المطلب الأول
الإقرار التشريعى لحقوق المستهلك

تمهيد:

أعتمد المشرع المصرى عدداً من الحقوق الأساسية للمستهلك حيث نص فى المادة الثانية من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ على أن "حرية ممارسة النشاط الاقتصادى مكفولة للجميع، ويحظر على أى شخص

إبرام أى اتفاق أو ممارسة نشاط يكون من شأنه الإخلال بحقوق المستهلك الأساسية وخاصة:

أ- الحق فى الصحة والسلامة عند إستعماله العادى للمنتجات.

ب- الحق فى الحصول على المعلومات والبيانات الصحيحة عن المنتجات التى يشتريها أو يستخدمها أو تقدم إليه.

ح- الحق فى الاختيار الحر لمنتجات تتوافر فيها شروط الجودة المطابقة للمواصفات.

د- الحق فى الكرامة الشخصية واحترام القيم الدينية والعادات والتقاليد.

هـ- الحق فى الحصول على المعرفة المتعلقة بحماية حقوقه ومصالحه المشروعة.

و- الحق فى المشاركة فى المؤسسات والمجالس واللجان المتصل عملها بحماية المستهلك.

ز- الحق فى رفع الدعاوى القضائية عن كل ما من شأنه الإخلال بحقوقه أو الإضرار بها أو تقييدها، وذلك بإجراءات سريعة وميسرة وبدون تكلفة.

ح- الحق فى اقتضاء تعويض عادل عن الأضرار التى تلحق به أو بأمواله من جراء شراء أو استخدام المنتجات أو تلقى الخدمات.

وذلك وفق أحكام هذا القانون ودون الإخلال بما تقضى به المعاهدات والاتفاقيات الدولية النافذة فى مصر".

يتضح من هذا النص ان المشرع بعد ان اقر الحقوق الاساسية للمستهلك حظر المساس بها أياً كان شكل هذا المساس. وذلك يعبر عن الحد الادنى من حقوق المستهلك. ونبين فيما يلى المقصود بحقوق المستهلك و نقيم موقف المشرع فى هذا النص :-

أولاً. تحديد المقصود بحقوق المستهلك:

١ـ الحق فى الأمان:

حق الأمان يعبر عن حق المستهلك فى الصحة والسلامة عند استعماله العادى للمنتجات ويعنى هذا الحق توفير الحماية والسلامة للمستهلك من المنتجات "الخدمات والسلع موضوع معاملات الاستهلاك التى تسبب خطورة على حياة المستهلك وصحته الجسدية والمعنوية، وبذلك فللمستهلك مصلحة محمية بتنظيم خاص عند إستعماله المنتجات، حيث حقه في ألا يضار بأى أذى مادى أو معنوى فى صحته أو سلامته أو حياته نتيجة استعماله للمنتجات موضوع الاستهلاك استعمالاً عادياً.

وهذا يعنى أيضاً أنه يجب أن تكون المنتجات محل علاقات الاستهلاك خالية من أية عيوب أو أثار ضارة بحياة أو صحة المستهلك، ومن ثم يجب أن تكون صحيحة مطابقة للمعايير الصحية المتبعة و وفق المواصفات القياسية بالدولة، أى صحيحة وفق مفهوم الوقاية الصحية التى تقروه الدولة، بحيث لا تكون – مثلاً – منتهية الصلاحية أو فاسدة أو مسممة أو فيها إشعاع ذرى أو لها أية مضاعفات سيئة على صحة وسلامة المستهلك الجسدية والعقلية أو المعنوية، حيث وجوب إتباع الدولة لسياسة وقائية صحية، ومن ثم قيام المؤسسات المختصة بفحص واختبار المنتجات للتأكد من سلامتها من العيوب قبل عرضها فى السوق وذلك وفق المقاييس المعتمدة التى تضمن الأمان للمستهلك.

٢ـ الحق فى المعرفة بالمنتج محل الاستهلاك:

الحق فى معرفة المنتج يعبر عن حق المستهلك فى الحصول على المعلومات والبيانات الصحيحة عن المنتجات التى يشتريها أو يستخدمها أو تقدم إليه. وذلك حتى يتحقق للمستهلك العلم الكافى بالمنتج موضوع علاقة الاستهلاك ومن ثم تكون مثلاً إرادته سليمة حتى يعقد عقد الاستهلاك، حيث توافر القدرة

علـى اتخـاذ القـرار الـصائب دون التعـرض للغـش أو التـدليس والإعلانــات المضللة، ولذلك فكان من اللازم تعريف المستهلك بالمنتج ومواصفاته ومدى خطورتـه وكيفيـة استعماله والمـواد المصنعة منـه، وكـذلك تقـديم المعلومـات الـصحيحة والمجانيـة عن كـل مـا يتعلـق بالمنتجـات الموجـودة فـى الأسـواق، وضرورة تبنى برامج لتطوير المعلومات المتاحة للمستهلك بشكل دائم.

كمـا أن هذا الحـق يعبر أيضاً عن حـق المستهلك فـى الحصول علـى المعرفة المتعلقة بحماية حقوقه ومصالحه المشروعة، حيث معرفـة مـا إذا كـان للمنتج ضمان أم لا، أو مـا إذا كـان هنـاك خدمـة مـا بعد البيع أم لا؟ وفـى حالـة حدوث أى ضرر كيف يمكن أن يواجه أو يحمى حقه فى التعويض عنه وغيرها من الأمور التى تحفظ حقوقه ومصالحه المشروعة بشأن معاملاته الاستهلاكية.

٣ـ الحق فى التعبير الاستهلاكى:

يعبر هذا المصطلح عن حق المستهلك فـى المشاركة فـى المؤسسات والمجالس واللجان المتصل عملها بحماية المستهلك، وكذلك يعبر عن الحق فـى الحصول على المعرفة المتعلقة بحماية حقوقه ومصالحه المشروعة.

وذلك الحق يعبر عن أن للمستهلك حق فى أن تسمع أشـخاص منظومـة الاستهلاك كافة لرأيه بشأن المنتجات موضوع الاستهلاك وجوانب الاستهلاك المختلفة، حيث يعطى للمستهلك فرصة إبداء رأيه حول مدى إشباع المنتجات لحاجاتـه، وكـذلك رأيـه فـى الأمـور المتعلقـة بجـودة هـذه المنتجـات وتأثيرتهـا المختلفة وغيرها، ولذلك يجب علـى المؤسسات والجهات المختصة أن تسعى للحصول علـى رأى المستهلك والحصول كذلك علـى رضـاء المستهلك وإقامـة علاقات طويلة الأمد معه لكسب ولاءه ذلك بالنسبة للمهنـى وعلـى الأخير أيضاً أن يبـذل الجهـود الحثيثـة فـى تطـوير وابتكـار المنتجـات بمـا يلبـى رغبـات المستهلكين.

ويعبر هذا أيضاً عن حق المستهلك في التمثيل أو المشاركة في المؤسسات واللجان المتصل عملها بحماية المستهلك، ومن هنا كانت ضرورة إشراك المستهلك في وضع السياسات التي تهمه وذلك من خلال تسهيل إنشاء منظمات وجمعيات خاصة بحماية المستهلك وإعطاء الفرصة لتلك المنظمات والجمعيات للمشاركة في القرارات المتعلقة بحقوق المستهلك. ويعبر هذا أيضاً عن حق المستهلك في معرفة ما يحافظ له على حقوقه ومصالحه المشروعة في إطار علاقات الاستهلاك.

٤ـ الحق في الاختيارالحر بين المنتجات:

يعبر هذا المصطلح عن حق المستهلك في الاختيار الحر لمنتجات تتوافر فيها شروط الجودة المطابقة للمواصفات، حيث يتوافر بذلك للمستهلك الحرية والإرادة الداعية بالمنتجات موضوع الاستهلاك ومن ثم يستطيع أن يفاضل بينها ويختار المنتجات التي يرغب في الحصول عليها من المنتجات المختلفة والمتعددة وبأسعار تنافسية مع ضمان الجودة المطابقة للمواصفات، ولذلك يلزم تجريم الكثير من الأفعال التي تضر بهذا الحق، حيث يجب معاقبة الشركات الاحتكارية التي تعتمد على الاستغلال وعرض منتجاتها بطرق غير مشروعة، وكذلك معاقبة الإعلانات المضللة والخادعة. ويلزم أيضاً أن تتوافر خدمات ما بعد البيع مثل الصيانة وتوافر قطع الغيار، وأن يتوافر ضمانات للمنتجات موضوع الاستهلاك.

٥ـ و٦ـ حقي التقاضي والتعويض أو الحق في الإقتضاء الميسر للتعويض: " أو حق التعويض العادل وحق التقاضي للمطالبة بالتعويض عن الأضرار بحقوق المستهلك":

يعبر هذا المصطلح عن حق المستهلك في اقتضاء تعويض عادل عن الأضرار التي تلحق به أو بأمواله من جراء شراء أو استخدام المنتجات أو تلقي الخدمات موضوع الاستهلاك، خاصة التعويض عن الأضرار التي قد تصيبه نتيجة التضليل أو الخداع في شأن معاملات الاستهلاك، والتعويض عن

الأضرار التي تحدث له من أضرار مادية أو أدبية بسبب السلع الرديئة أو المعيبة أو بسبب الخدمات غير المرضية أو الغير مطابقة للمواصفات أو الغرض الذى تم التعامل عليها من أجله، ولذلك نجد ما يسمى بخدمات ما بعد البيع، والضمان، وفى إطار ذلك أيضاً يظهر دور المنظمات والمؤسسات التى تدافع عن مصالح المستهلكين وتسعى لتحقيق الحماية المنشودة للمستهلك فى المطالبة بالتعويض عن الأضرار التى تصيب المستهلك جراء ما تسببه المنتجات الرديئة أو المعيبة أو الغير مطابقة للمواصفات.

كما يرتبط بهذا الحق أيضاً حق إجرائى للمستهلك، حيث الحق فى رفع الدعاوى القضائية عن كل ما من شأنه الإخلال بحقوقه أو الإضرار بها أو تقييدها، وذلك بإجراءات سريعة وميسرة وبدون تكلفة، ولذلك نجد دور منظمات حقوق الاستهلاك فى الدفاع عن نفسها وعن حقوق المستهلك عند تعرضه لضرر فى المعاملة الاستهلاكية، وكذلك دور اللجان والإدارات المختصة بنظر منازعات علاقات الاستهلاك بصورة ناجزة وقاطعة، وحيث دور المنظمات بحل المشاكل التى تنتج عنها أضرار تمس المستهلك بطريقة عاجلة وتوفر بها أيضاً الوقت والجهد، كما نجد أيضاً فى البعض من التشريعات طرق ميسرة قضائية وأخرى إدارية تتيح للمستهلك الحصول على التعويض العادل عما أصابه من ضرر جراء المعاملات الاستهلاكية.

٧- الحق فى الذاتية:

يعبر هذا المصطلح عن حق المستهلك فى الكرامة الشخصية واحترام القيم الدينية والعادات والتقاليد، حيث الحفاظ على الكيان المعنوى للمستهلك ومقوماته الشخصية المعنوية، والتى أرى أنها لا تتحقق إلا من خلال وضرورة حصول المستهلك على حاجاته الأساسية من الغذاء، والدواء والمسكن والصحة، والأمن، والتعليم، والماء، والطاقة، والتوظيف، والخدمات الأساسية الأخرى، وحيث يسمى هذا الحق باسم حق الفرصة، أى حق الفرد فى الحصول

على حاجاته الأساسية والعمل والحياة الكريمة وبدون ضغط أو تعذيب أو إساءة لمعتقداته أو قيمه الدينية أو تقاليده، ولذلك يلزم تحقيق العدالة وتكافؤ الفرص والمساواة واتباع سياسات اقتصادية وبرامج اجتماعية فاعلة والاهتمام بصحة الإنسان وتأمين تحقيق الاهتمام بالصحة.

كما أن هذا الحق يكفل أيضاً حق المستهلك في العيش في بيئة صحية، حيث حق المستهلك في العيش والعمل في بيئة خالية من المخاطر ولو على الأجل الطويل، ولذلك نجد زيادة الالتزام بسن التشريعات الملزمة للحفاظ على البيئة ولا سيما القوانين المنظمة لتخزين ونقل المواد الخطرة وكذلك تعزيز استخدام المنتجات الأمنة بيئياً حيث تشجيع السياسات الحكومية على ترشيد الاستهلاك وتقليص الهدر لموارد المجتمع كالمياه والطاقة، وكذلك إعمال الدولة على وضع برامج رقابية لاستخدام المواد الكيماوية.

كما أنه من الحقوق المرتبطة بحق المستهلك في الكرامة الشخصية واحترام القيم الدينية والعادات والتقاليد نجد الحق في المقاطعة، حيث حق المستهلك في الاجماع مع المستهلكين على عدم استخدام واقتناء منتجات جهات معينة إذا ما ثبت عدم احترام هذه المنظمات لرغبات وحقوق المستهلكين، أى حق المستهلك في مقاطعة أى منتج أو شخص أو خدمة لا تتواءم وحاجاته. ولعل ممارسة هذا الحق يكون نيابة عن المستهلكين أفضل فاعلية ونجاحاً متى مارسته جمعيات حماية المستهلكين.

٨ ـ الحق فى المعرفة الاستهلاكية:

يعبر هذا المصطلح عن حق المستهلك في الحصول على المعرفة المتعلقة بحماية حقوقه ومصالحه المشروعة التى تتولد له بمناسبة مشاركته في أو قيامه بمعاملة من معاملات الاستهلاك، حيث يعبر عن ذلك بالحق في التثقيف الاستهلاكي، ومن ثم يجب أن نكسب المستهلك المهارات والمعارف المتصلة بالاستهلاك ومعاملاته حتى يتمكن من الاختيار الصحيح والأفضل بين

السلع والخدمات. وبما يوفر له الوعى الكافى واللازم لهذا الاختيار، وكذلك بما يجعله مدركاً لحقوقه الأساسية ومسئولية وكيفية استخدامها، ولذلك كان واجب الدولة نحو توعية المستهلكين بحقوقهم المشروعة من خلال مؤسسات الدولة المختلفة كالمدارس أو أجهزة الإعلام أو غيرها، حيث تقديم برامج تثقيفية خاصة بمحدودى الدخل والدفاع عنهم، وتنظيم إقامة برامج تثقيفية ودورات تدريبية من خلال المختصين ووسائل الإعلام، ودور المنظمات القائمة على شئون الاستهلاك بدور التوعية والتثقيف الخاصة بالمستهلك كما أن هذا الحق يرتبط من ناحية أخرى بحق المستهلك فى الحصول على المعلومات والبيانات الصحيحة عن المنتجات التى يشتريها أو يستخدمها أو تقدم إليه، وكذلك يرتبط بحق المستهلك فى الاختيار الحر لمنتجات تتوافر فيها شروط الجودة المطابقة للمواصفات.

ثانياً: تقييم النص التشريعى المقرر لحقوق المستهلك:

بداية يجب أن نعلم أن نص المادة رقم ٢ من قانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ يعبر عن رؤية توجيهية فى معظمه وقليلاً ما يعبر عن إرادة تنظيمية بشأن حقوق المستهلك، وحيث يلاحظ انه رغم إقراره لحقوق المستهلك إلا أنه لم يحصر حقوق المستهلك، بل أورد أمثلة لها، أى أن ما ورد فى هذا النص يعبر عن أهم الحقوق الأساسية للمستهلك.

كما انه يلاحظ على هذا النص أنه و إن كان يقرر الحقوق الأساسية للمستهلك إلا أنه يقررها فى إطار من التوازن بين مصالح المهنيين ومصالح المستهلكين، حيث يعتمد مصلحة الاقتصاد القومى فى الاعتبار ولذلك أكد على أن حرية ممارسة النشاط الاقتصادى مكفولة للجميع، وفى ذلك تأكيد للحريات الاقتصادية التى كفلها الدستور.

هذا وقد قرر المشرع فى هذا النص حظر المساس بحقوق المستهلك، حيث حظر على المهنى وغيره المساس بحقوق المستهلك، وذلك سواء أكان هذا

المساس بمناسبة علاقة من علاقات الاستهلاك - عقدية كانت أو غير عقدية، مع المستهلك أو مع غيره،- أو كان بمناسبة ممارسة المهنى لنشاطه حتى ولو لم يكن المستهلك طرفاً فى هذا النشاط، كما أن هذا الحظر مطلق من حيث الأشخاص بمعنى أنه يسرى على جميع الأشخاص المخاطبين بهذا القانون كما أنه يسرى أيضاً على المستهلك، وإن كان من الممكن ان نجد من يقول بأنه يجوز للمستهلك أن يتنازل عن هذه الحقوق بعد ثبوت حقه فيها ونحن نرى عدم جواز ذلك على الإطلاق لأنها حقوق ذات طبيعة خاصة ليست ذات طبيعة شخصية محضة.

ويلاحظ أيضاً على هذا النص أنه رغم تقريره للحقوق الأساسية للمستهلك واعتماده الحظر المطلق للمساس بها، إلا أنه لم يبين أو لم يضع جزاءً معيناً لمخالفة هذا النص وما به من حظر، بما يستعصى معه القول بأن جزاء مخالفة هذا النص هو جزاء واحد، ولكننا نرى أن هذا الجزاء يتحدد فى رأينا فى ضوء طبيعة علاقة الاستهلاك التى تم بمناسبتها مخالفة النص والحظر، وبذلك فإن الجزاء يتعدد ومن ثم تختلف صوره، فنجد مثلاً جزاء البطلان والتعويض متى كان له مقتضى إذا كانت مخالفة الحظر قد تمت بمناسبة عقد من عقود الاستهلاك فيقع العقد باطل، أما إذا كان المساس بحقوق المستهلك ومن ثم مخالفة هذا الحظر تم بمناسبة علاقة استهلاك غير عقدية أو بمناسبة ممارسة المهنى لنشاطه فإن الجزاء فى رأينا يكون مدنى كالتعويض بصورتيه العينى والنقدى، وجزاء جنائى متى كانت مخالفة الحظر تشكل جريمة والتى غالباً ما تكون الغرامة المالية.

كما أنه يجب الأخذ فى الاعتبار أن ما أورده المشرع من حقوق أساسية للمستهلك فى هذا النص تشكل فى رأينا الحد الأدنى من حقوق المستهلك بحيث لا يجوز لأى شخص أن ينتقص منها، وإنما يمكن مخالفتها بالزيادة فيها بما يحقق حماية أفضل أو تقرير حقوق أفضل للمستهلك، وبهذا تتأكد الطبيعة

الآمرة لهذا النص، خاصة وأن قواعد قانون الاستهلاك كما أسلفنا تتسم بأنها قواعد أمرة ولكنها أمرة وفقاً لمفهوم النظام العام الحمائى فى إطاره الاجتماعى.

وعليه فإن هذا النص بتقريره هذه الحقوق قد أعتمد فى التنظيم القانونى المصرى ما هو مقرر دولياً من حقوق للمستهلك وفق المعاهدات والاتفاقيات الدولية النافذة فى مصر، والتى من أهمها الحقوق التى أعتمدتها الجمعية العامة للأمم المتحدة فى ١٩٨٥/٤/٩ بموجب القرار رقم ٣٩/ ٣٤٨ حيث اعتماد المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك والتى تتضمن ثمانية حقوق للمستهلك هى الحق فى السلامة، والحق فى أن يحاط علماً، والحق فى الاختيار، والحق فى أن يُستمع إليه، والحق فى إشباع احتياجاته الأساسية، والحق فى الإنصاف والتعويض، والحق فى التعليم والتثقيف والحق فى بيئة صحية.

المطلب الثانى

تنظيم ممارسة حقوق المستهلك

تمهيد:

يجب بداية قبل الحديث عن التنظيم القانونى لممارسة حقوق المستهلك أن نثبت حقيقة واقعية أعتمدها المشرع فى التنظيم القانونى لحقوق المستهلك وهى أن ممارسة حقوق المستهلك لا يشترط أن يمارسها المستهلك بذاته، كما أن ممارستها لا يقتصر على المستهلك فقط، بل نجد أشخاص أخرى تمارس العديد من حقوق المستهلك حيث يتم ممارستها من غيره أيضاً لمصلحة المستهلك، وتمثيلاً لذلك نجد أن المشرع فى قانون حماية المستهلك قرر إنشاء جهاز حماية المستهلك وبين اختصاصاته والتى منها ما يشكل ممارسة لحقوق المستهلك لا سيما فى الحق فى الضمان والتعويض، حيث الهدف إلى حماية المستهلك وصون مصالحه فيقوم الجهاز مثلاً بوضع الخطط وبرامج العمل لحماية حقوق المستهلك وتعزيزها ويحدد وسائل تحقيق ذلك. وبذلك يمارس الجهاز الحقوق لمصلحة المستهلك.

ومن هذه الأشخاص أيضا جمعيات حماية المستهلكين حيث مباشرة الدعاوى التى تتعلق بمصالح المستهلكين أو التدخل فيها، وتقوم بعمل مسح ومقارنة لأسعار وجودة المنتجات والتأكد من صحة البيانات الخاصة بها والتى تحدد محتواها وتبلغ الأجهزة المعنية بما يقع من مخالفات والتأكد من صحة البيانات الخاصة بها والتى تحدد محتواها وتبلغ الأجهزة المعنية بما يقع من مخالفات فى هذا الشأن، وتساهم فى نشر ثقافة حقوق المستهلك، وتوعية المواطنين بحقوقهم الاستهلاكية وغيرها من الأعمال بما يشكل ممارسة لحقوق المستهلك ولكنها لصالح المستهلك، وأرى أن سند هذه المباشرة يتمثل فى أن طبيعة هذه الحقوق تقتضى هذه الصور من الممارسة، كما أنها وفقاً للفقه القانونى التقليدى يكون مفهوم النيابة القانونية هو التعبير الأدق عن طبيعة هذه الممارسة.

وكذلك نجد مظهر لهذه الممارسة ايضا فى دور وزير التجارة والصناعة وإدارات الدولة المختلفة المختصة بشئون الاستهلاك والمستهلك والتى منها بلا شك الهيئات القائمة على تنظيم منظومة المواصفات القياسية للمنتجات السلع والخدمات وغيرها موضوع علاقات الاستهلاك. وذلك لا يتعارض مع مفهوم أو فكرة الحق حيث أن القانون لا يتطلب لاكتساب الحق أو لقيام الحق أن يمارسه الشخص صاحبه حيث أن الشخص الذى يعد صاحب الحق قد لا يستطيع أن يمارسه لمانع ما أدبى أو مادى كما لو كان مسجون ولا يستطيع أن يتصرف فى مال معين فيكون هناك نائباً عنه فى التصرف فى هذا المال.

أولاً: تعدد وتنوع القوانين المتفرقة المنظمة للاستهلاك:

وعن التنظيم القانونى لحقوق المستهلك فى مصر نجد أن القواعد المنظمة لحقوق المستهلك متنوعة ومتعددة و موزعة ما بين النصوص الواردة

فى قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ وبين النصوص القانونية الواردة فى فروع قانونية أخرى مختلفة.

ونذكر من هذه القوانين مثلاً القانون رقم ٤٨ لسنة ١٩٤١ الخاص بقمع الغش والتدليس، وتعديلاته الصادرة بالقانون رقم ٢٨١ لسنة ١٩٩٤، حيث تناول هذا القانون بالتنظيم حق المستهلك فى الأمان خاصة تنظيم السلامة الجسدية للمستهلك وسلامة صحته عامة، ويضمن عدم إهدار توقعاته المستهدفة لديه عند طلبه للسلعة بطريق غيرمشروع او بالغش.

ويستوى فى هذا المجال أن يتم الفعل سواء من خلال أساليب الغش أو نزع مكونات أساسية فى السلعة لا تكتمل المنفعة بدونها، أو بإدخال – إضافة – مكونات تعطى المظهر الأصلى منها دون المنفعة وأحياناً تكون ضارة بسلامة المستهلك ومصدر لإعاقته، ولكن نتيجة لتطور أشكال ومظاهر الغش صدرت تعديلات فى عام ١٩٩٤، واستهدفت تغليظ العقوبات سواء كانت عقوبات مالية أو مقيدة للحرية و فيه استحداث مسئولية الشخص المعنوى وتجريم جلب السلع غير المطابقة للمواصفات.

ومن القوانين المنظمة لحقوق المستهلك فى مصر أيضاً المرسوم بقانون رقم ٩٥ لسنة ١٩٤٥، الخاص بشئون التموين وهذا المرسوم محوره الأساسى ضمان تموين البلاد وعدالة التوزيع وهذا يعبر عن حق المستهلك فى الحصول على المنتجات، خاصة المنتجات الأساسية، ولقد أعقب هذا المرسوم – واستكمالاً لأهدافه – المرسوم بقانون رقم ١٦٣ لسنة ١٩٥٠، الخاص بالتسعير الجبرى وتحديد الأرباح وذلك يمثل تعبير عن حق المستهلك فى الحصول على السلع والخدمات بأسعار معقولة.

ومن أمثلة التنظيم القانونى لحقوق المستهلك فى مصر أيضاً نذكر القانون رقم ٥٧ لسنة ١٩٣٩ الخاص بالمعاملات أو العلامات والبيانات التجارية، والقانون رقم ٥٥ لسنة ١٩٥١ الخاص بالأسماء التجارية، والقانون

رقم ٤٥٣ لسنة ١٩٥٤ الخاص بالمحال الصناعية والتجارية، والقانون رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٧ الخاص بتنظيم الباعة الجائلين، والقانون رقم ١١٨ لسنة ١٩٧٥ المتعلق بشئون الاستيراد والتصدير، والقانون رقم ٢ لسنة ١٩٥٧ الخاص بتوحيد المقاييس أو القياس، والقانون رقم ١٠ لسنة ١٩٦٦ المتعلق بمراقبة الأغذية. وهذه القوانين تنظم بطريقة أو أخرى حقوق المستهلك وممارستها، ومنها بلا شك حق المستهلك فى الأمان وحقه فى الاختيار الحر وتوصيف المنتجات وغيرها.

ولعل من أكثر الحقوق استقراراً فى التنظيم القانونى لدرجة جعلته مبدأ عام من المبادئ القانونية فى قانون الاستهلاك هو حق المستهلك فى الحصول على المنتجات والخدمات الموجودة فى السوق[1]، حيث حق المستهلك فى أن

(١) ويعد حق المستهلك فى الحصول على السلع والخدمات الموجودة فى السوق قيداً على مبدأ الحرية العقدية وسلطان الإرادة للمهنى، حيث لم يعد فى استطاعة المهنى أن يرفض التعاقد مع من يسعى لسلعته أو خدمته، الأمر الذى دفع المشرع المصرى والفرنسي إلى أن يعتبران رفض المهنى التعاقد مع المستهلك على خدمة أو سلعة معروضة فى السوق، جريمة جنائية يستحق مرتكبها عقوبة جنائية يصاحبه جزاء مدنى.
ولم يستثنى المشرع الفرنسى من هذه الجريمة إلا الحالات التى يستند فيها المهنى عند رفض التعاقد إلى أن البضائع المطلوبة معدة للعرض فقط وليست للبيع، أو أنها محجوز عليها، فليس فى إمكانه التصرف فيها، إلا أعتبر المهنى مرتكباً لجريمة تبديد، أو كان رفضه للتعاقد يستند لأعراف أو عادة تجارية أو كان طلب الشراء غير عادى كأن يتم بقصد استنزاف السلعة لصالح المنافسين، وأخيراً يجب ألا يكون المنتج أى السلعة المطلوبة صدر بحظر التعامل فيها تشريع أو قرار إدارى، كأن تكون دواء سحب تصريحه من قبل وزارة الصحة. كما أن المهنى يستحق عقوبة هذه الجريمة كذلك إذا استند فى رفضه للتعامل على أسباب عنصرية، وهى الأسباب التى تبنى على اعتبارات السلامة، والعرق، والدين والجنس واللون.
انظر فى تفاصيل هذا الحق وتنظيمه فى القانون الفرنسى:
Jean Calais – Auloy 9 op cit. N° 158.
وراجع: د. على نجيدة، النظرية العامة للالتزام، الكتاب الأول، مصادر الالتزام، ط ٢، ٢٠٠٢، ص ٨، وما بعدها، د. محمود الزينى، جرائم التسعير الجبرى، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٤، ص ١٥٥. راجع، د. أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك فى القانون المصرى والفرنسى والشريعة الإسلامية، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، ٢٠٠٥، ص ٦٩ وما بعدها.

يحصل على المنتج أو الخدمة الموجودة المنشأة التجارية، بشرط أن يدفع الثمن، وينشأ حق المستهلك هذا أولاً من الحالة المتعلقة بالعروض الدائمة التى يوجد فيها المهنيين بوجه عام، ومتى تم قبول العرض، فأنه يتم العقد، ويجب أن ينفذ خاصة وأن حقوق المستهلك حقوق غير محصورة.

ويتضمن حق المستهلك المذكور مبدأ آخر هو قاعدة حظر الامتناع عن البيع وتوقيع جزاء على جريمة الامتناع عن بيع المنتج الموجود لدى المهنى، وذلك وفقاً للأمر الفرنسى الصادر فى أول ديسمبر ١٩٨٦، ولا يكون الامتناع عن البيع مشروعاً إلا إذا استند إلى مبرر مشروع كعدم وجود المنتج فى المحل. ويقابل هذا النص فى مصر نص المادة رقم ٣ مكرر من المرسوم بقانون رقم ٩٥ لسنة ١٩٤٥ "المضافة بالقانون رقم ١٣٩ لسنة ١٩٥١ ومعدلة بالقانون رقم ٢٥٠ لسنة ١٩٥٢" حيث جرائم الامتناع عن مزاولة النشاط.

ومع ذلك فإن من حق المستهلك الذى أبرم عقد الاستهلاك أن يحصل على السلعة أو الخدمة موضوع العقد، ويجب أن تكون السلعة أو الخدمة – كمنتج – سليمة ومطابقة للرغبة المشروعة أو التوقع المشروع للمستهلك الذى تقدم إليه السلعة أو الخدمة، وهذا ما تعمل عليه القوانين حتى لا يكون المستهلك ضحية لانعدام المعرفة الاستهلاكية أو ضحية التعسف لأية قوة اقتصادية.

هذا ويجب ملاحظة أن الرغبة أو التوقع أو الحاجة المشروعة من قبل المستهلك هى مسألة تخص المستهلك أو المستهلكين، وليس من حق المهنيين أن يحددوا ما هو حسن أو ردئ لعملائهم. ولكن ليس من حق المستهلك أيضاً أن ينتظر أو يتوقع إلا ما هو معقول فى ضوء الظروف الاقتصادية والحالة التقنية القائمة. ولذلك نجد أن القواعد القانونية التى تنظم مطابقة المنتجات للمواصفات القياسية والتوقع المشروع للمستهلك تتصف بأنها قواعد وقائية وسريعة التطور، ومتنوعة الجزاءات ما بين مدنية وجنائية. وصفة الوقائية هذه تكاد تنحصر فى القواعد التى تنظم حق المستهلك فى الأمان حيث الصحة والسلامة،

حيث حماية المستهلكين فى مواجهة المنتجات الخطرة، فالسلعة التى تتضمن خطراً على صحة أو سلامة أو أمان المستهلك لا تعتبر مطابقة للحاجة المشروعة للمستهلكين، ولذلك فإن قواعد الحماية هذه صارمة، كما أن نطاق تطبيقها من حيث الأشخاص يتسع ليشمل حماية كل الأفراد الذين يحتمل أن تتعرض سلامتهم البدنية للخطر بسبب السلع أو الخدمات الخطرة التى تعرض فى الأسواق، ويحتل المستهلكون فى هذه الحماية مكان الصدارة.

ثانياً ـ تنظيم حقوق المستهلك وممارستها فى اطار من التوازن :

فى منظومة الاستهلاك يلاحظ إن المستهلكين ليسوا هم الوحيدين المستحقين للحماية من المنتج – الخطر – المعروض فى السوق، حيث أنه يمكن أن يمثل خطراً أيضاً بالنسبة للحائزين له أو المشترين أو المستعملين له من المهنيين، وأيضاً يمكن أن يمثل خطراً لغيرهم من الأشخاص، إذ يمكن أن يتعرض أحد المارة لضرر بسبب حادثة تسرب إشعاع خطر وضار بالصحة من أحد الأجهزة أثناء نقلها من المصنع إلى الموزع مثلاً نتيجة لأن هذه السلعة خطر بطبيعتها أو كان بها عيب من عيوب التصنع أو أصابها عيب نتيجة النقل.

ولذلك فإنه لا يجب أن تقتصر الحماية على المستهلكين، عندما يتعلق الأمر بالصحة والسلامة وهى حق أصيل للمستهلك.

وتقوم القواعد المنظمة لحق المستهلك فى الأمان أو فى صحته وسلامته على مبدأ عام اعتمدته معظم قوانين الاستهلاك، ألا وهو أن المنتجات "السلع والخدمات" التى تعرض فى السوق، يجب أن تتضمن الأمان الذى يتوقعه الجمهور – والجمهور يعبر عن ما يراه المستهلكين وغيرهم – وليس ما يراه المهنيون. والأمان المتوقع أو المنتظر هو الذى يتفق مع التقدم الفنى الموجود، ومع ظروف الاستعمال[1]. وعلى ذلك فإن جزاء مخالفة قواعد حماية حق

(١) انظر فى ذلك:

Jean Calais – Auloy. Op. cit. N° 200.

المستهلك فى الأمان – وفى صحته وسلامته – غالباً ما يكون جزاء مدنى يصاحبه جزاء جنائى، والجزاء المدنى يكون فى الغالب التعويض، ويغلب جزاء الغرامة فى الجنائى وهذا القائم فى قانونى الاستهلاك الفرنسى والمصرى.

وفى شأن تنظيم حق المستهلك فى المشاركة فى المؤسسات والمجالس واللجان والأجهزة المتصل عملها بحماية المستهلك – حيث الحق فى المعرفة الاستهلاكية والحق فى التعبير الاستهلاكى – نجد أن القواعد القانونية ولا سيما الواردة فى قانون الاستهلاك قد أقرت بالحق فى إنشاء جمعيات حماية المستهلكين والمشاركة فيها بما يمكن المستهلك من ممارسة هذه الحقوق، كما أن هذه الحقوق فرضت جزاء البطلان لكل بند أو عقد يخالف هذه الحقوق، ومن الجزاءات المترتبة على مخالفة هذا الحق أيضاً – مصاحبة للبطلان – جزاء التعويض وهذا التعويض أيضاً هو حق من حقوق المستهلك.

هذا ويلاحظ فى هذا الشأن خاصة أن تنظيم هذه الحقوق – ويكاد يكون تنظيم جميع حقوق المستهلك – تخضع للقواعد العامة الواردة فى القانون المدنى والتجارى فى حالة عدم وجود نص خاص فى قانون حماية المستهلك، وهذا بلا شك هو القائم حالياً فى التنظيم القانونى المصرى.

وعن تنظيم حق المستهلك فى الاختيار الحر لمنتجات تتوافر فيها شروط الجودة المطابقة للمواصفات نجد أن قواعده متعددة ومتفرقة بين أكثر من قانون، ولكن يلاحظ أن تنظيم هذا الحق يدخل أيضاً ضمن تنظيم عقود الإذعان حيث حماية المستهلك من التعسف، فقد يعترض المستهلك فى تعاقده مع المهنى إلى الخضوع لشروط مفروضة من الأخير قد تكون مجحفة بحق المستهلك كطرف ضعيف فى عقود الاستهلاك، ولذلك يعتبر كثيراً من القوانين لدول مختلفة المستهلك طرف مذعن، وكذلك الحال فى مصر متى كان الأمر يتعلق بسلعة أو خدمة أساسية يحتكرها فعلياً "اقتصادياً أو قانونياً" مهنى ذو قوة

احتكارية وقانونية، أى متى توافرت شروط عقود الإذعان فى علاقة الاستهلاك بين المستهلك والمهنى.

وفى شأن تنظيم المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية يجب أن نعلم أن المشرع المصرى قد نص على كفالة ممارسة النشاط الاقتصادى فى بداية النص المعتمد والمقرر للحقوق الأساسية للمستهلك، وهذا يفيد بأن ممارسة النشاط الاقتصادى تتقيد بلا شك بالتنظيم القانونى للمنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية وتتقيد بالحظر الذى أقره قانون حماية المستهلك وهو عدم المساس بالحقوق الأساسية للمستهلك.

وعلى ذلك فإن من القوانين المنظمة أيضاً لحقوق المستهلك وممارستها نجد القواعد القانونية المنظمة للمنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، حيث قد يحتاج المستهلك إلى سلعة ما أو خدمة معينة فلا يستطيع الحصول عليها إما لندرتها أو لارتفاع ثمنها أو لقلة جودتها، وذلك أيضاً نتيجة التلاعب بقانون العرض والطلب، وللتأثير على المنافسة بالتواطؤ بين التجار المنافسين وفرض النفوذ المسيطر لبعضهم على مستوى المنتجين والموزعين، وذلك بإخفاء السلعة أو لاحتكار أحد عناصر الإنتاج والتحكم فى معدلات الوفرة والجودة والأثمان، وبالتالى يؤدى إلى عدم واقعية الأسعار والتأثير على القدرة فى الاختيار، بل قد يؤدى ذلك إلى عدم واقعية الأسعار والتأثير على القدرة فى الاختيار، وايضا قد يؤدى ذلك إلى إحداث ظروف استثنائية تنعكس على مصالح المستهلكين، وهو ما يعرف بالاحتكار، بيد أن الاحتكار بهذا المفهوم يعد نقيضاً للمنافسة الحرة التى تسعى إلى تقديم أفضل المنتجات[1].

---

(١) انظر فى تفاصيل عن المنافسة، د. أحمد محمد محرز، الحق فى المنافسة المشروعة فى مجالات النشاط الاقتصادى، الصناعة، التجارة، الخدمات، بدون ناشر وبدون تاريخ نشر، ص ٧ وما بعدها وص ١٧٢ وما بعدها. وراجع د. محمود عبد الرحيم الديب، الحماية المدنية للمستهلك، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، ٢٠١١، ص ٦٣.

وبذلك يعد القانون رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥ بشأن حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية أحد القوانين المنظمة لحقوق المستهلك، إلى جانب قوانين أخرى مختلفة خاصة وأن المهني يمكنه أن يضر أو يمس بحقوق المستهلك بطرق أخرى غير المنافسة والممارسات الاحتكارية، مثل الغش والخداع الذى قد يؤدى إلى خلل فى علاقته المهنى "المنتج أو الموزع أو المورد ... إلخ" والمستهلك على أساس أن هذه الأساليب إنما تؤدى إلى ما يسمى بالغلط المستثار الذى يوهم المستهلك بغير الحقيقة[١].

ونظراً لقصور القواعد المدنية فى حماية المستهلك – المتمثلة فى قواعد الغش والتدليس، فقد أضطر المشرع فى كثير من الدول إلى توفير حماية جنائية للمستهلك من الغش والخداع الذى يمكن أن يتعرض له[٢]، وعلى ذلك نجد أن القواعد الجنائية فى القانون المصرى قد تكفلت أيضاً بحماية المستهلك من اتباع الغش والخداع الصادر عن المهنى فى معاملات الاستهلاك.

وتأكيد لتوافر التنظيم التشريعى لحقوق المستهلك التى أعتمدها قانون حماية المستهلك نذكر أن من هذه القوانين ما يهدف إلى مجرد توقى وقوع المستهلك فى الغش، حيث تنظيم حق المستهلك فى الاختيار الحر والحق فى الحصول على المعلومات، ومن ذلك القانون رقم ١٠ لسنة ١٩٩٦ والذى حظر تداول الأغذية أو مجرد تحضيرها أو مباشرة أية عملية من عمليات إنتاجها إذا كانت غير مطابقة للمواصفات أو فاسدة أو غير صالحة للاستهلاك الآدمى، ومن قبله القانون رقم ٢١ لسنة ١٩٥٨ فى شأن تنظيم الصناعة الذى ألزم المنتج بالمواصفات القياسية للسلع وحدد هذه المواصفات بموجب قرارات وزارية.

---

(١) راجع د. محمود عبد الرحيم الديب، الحماية المدنية للمستهلك، مرجع سابق، نفس الموضع.

(٢) انظر فى شأن الحماية د. أحمد محمد محمود على خلف، الحماية الجنائية للمستهلك فى القانون المصرى والفرنسى والشريعة الإسلامية، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، ٢٠٠٥، ص ٦٣ وما بعدها.

وكذلك القانون رقم ٦٩ لسنة ١٩٧٦ فى شأن الوزن والقياس والكيل الذى فرض عقوبة على كل من يستعمل أو يحوز بقصد الاستعمال لغرض البيع أجهزة أو آلات أو أدوات وزن أو قياس أو كيل مزورة أو غير صحيحة أو مدموغة بطريقة غير مشروعة، والقانون رقم ١٢٦ لسنة ١٩٤٦ الخاص بدمغ المصوغات، حيث حماية المستهلك من احتمال الغش فى منتجات المعادن الثمينة، والقانون رقم ١٠٠ لسنة ١٩٥٧ فى شأن بعض البيوع التجارية والتى وضع لها ضمانات عديدة لعدم وقوع المستهلك فى وسائل الخداع التى قد يلجأ إليها القائمون على تنظيم البيوع، حيث إلزام المهنى بالإفضاء إلى المستهلك بالمعلومات والبيانات المتعلقة بوضع السلعة أو الخدمة محل العقد.

وأيضاً القانون رقم ١١٥ لسنة ١٩٥٨ المعدل بالقانون رقم ١٠٢ لسنة ١٩٧٦ الذى ألزم المنتج بأن يكتب باللغة العربية على السلعة العلامة التجارية وكافة البيانات التجارية التى لها دخل فى تقدير قيمتها، والقانون رقم ٥٧ لسنة ١٩٣٩ الخاص بالعلامات والبيانات التجارية الذى قصد به – فضلاً عن حماية المنتج أى المهنى – حماية الجمهور من كل تضليل فى شأن حقيقة ما يعرض عليه من منتجات. وكذلك القانون رقم ١٢٧ لسنة ١٩٥٥ فى شأن مزاولة مهنة الصيدلة، والقانون رقم ١٠ لسنة ١٩٦٦ بشأن مراقبة الأغذية وتنظيم تداولها، والقانون رقم ٥٣ لسنة ١٩٦٦ بشأن الزراعة وحيث تنظيم الإعلان عن المواد الغذائية والمستحضرات الطبية والمخصبات والمبيدات الزراعية، وكذلك أحكام قانون التجارة رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩، كما هو فى شأن أحكام البيع بالتقسيط حيث حماية المستهلك متى كان مشترياً فى بيع بالتقسيط وأحكام عقد النقل فيما يتعلق بنقل الأشخاص حيث ضمان سلامة الراكب وغيرها.

وفى نهاية الحديث عن التنظيم القانونى لحقوق المستهلك وممارستها يجب أن نؤكد على أن التشريعات الفرعية لعبت دوراً أساسياً فى تنظيم حقوق المستهلك وممارستها وما زالت تلعب هذا الدور نظراً لتطور المعاملات

الاستهلاكية وتطور محلها، ومن أمثلة هذه التشريعات نذكر قرار وزير التجارة والصناعة رقم ٢٤٢ لسنة ٢٠٠٦ الصادر بتاريخ ٢٠٠٦/٤/٢٣ بشأن إلزام المنتجون والمستوردون للسلع الغذائية بما جاء بالمواصفة القياسية المصرية رقم ٢٦١٣ لسنة ٢٠٠٦، جـ١، وجـ٢، الخاصة بفترات صلاحية المنتجات الغذائية وذلك تنظيماً لحق المستهلك فى صحته وسلامته من التعامل فى شأن السلع والخدمات لا سيما السلع الغذائية. ومن الأمثلة على التشريعات الفرعية أيضاً القرار الوزارى رقم ٣٠٤ لسنة ٢٠١٢ الخاص بالمواصفات القياسية للأسمنت المنتج محلياً والمستورد بما يشكل تنظيماً لما يتعلق بحق المستهلك فى الأمان حيث حماية صحته وسلامته، وكذلك حماية حقه فى الاختيار الحر.

المبحث الثانى

التزامات المهنى

تمهيد وتقسيم :-

يفرض المشرع الكثير من الالتزامات على عاتق المهنى بمناسبة نشاطه المهنى فى المنتجات، منها ما يمكن أن نصفه بالالتزامات المتعلقة بمعاملاته الاستهلاكية التى قد يكون طرفاً فيها، ومنها ما يمكن تصنيفه بالتزامات التى تقع عليه نتيجة أو بمناسبة ممارسته لنشاطه المهنى، وذلك تحقيقاً لحماية المستهلك المنشودة، وأياً كان الأمر فإن الالتزامات التى تقع على المهنى فرضها المشرع فى قانون حماية المستهلك تأكيد على احترام الحد الأدنى من حقوق المستهلك، وعلى ذلك نتناول دراسة هذه الالتزامات فى المطالب الآتية:-

المطلب الاول :-التزام المهنى باعلام المستهلك .

المطلب الثانى :-التزامات المهنى الاخرى .

المطلب الأول

التزام المهنى بإعلام المستهلك

تمهيد:-

نص المشرع المصرى فى المادة رقم ٣ من قانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ على الالتزام بالإعلام فى صورته العامة والمتعلقة بالمنتج ذاته محل نشاط المهنى بصرف النظر عن علاقة الاستهلاك العقدية المزمع إبرامها حيث التزام المهنى بإعلام المستهلك ببيانات المنتج على ذات المنتج موضوع نشاطه فنص على أنه "على المنتج أو المستورد – بحسب الأحوال – أن يضع باللغة العربية على السلع البيانات التى توجبها المواصفات القياسية المصرية أو أى قانون آخر أو اللائحة التنفيذية لهذا القانون، وذلك بشكل واضح تسهل قراءته، وعلى النحو الذى يتحقق به الغرض من وضع تلك البيانات حسب طبيعة كل منتج وطريقة الإعلان عنه أو عرضه أو التعاقد عليه.

وعلى مقدم الخدمة أن يحدد بطريقة واضحة بيانات الخدمة التى يقدمها وأسعارها ومميزاتها وخصائصها".

وكذلك نص المشرع فى المادة رقم ٤ منه على التزام المهنى بالإعلام تجاه المستهلك. أيضاً حيث وجوب إفصاح المهنى عن هوية حمايته للمستهلك.

ونص المشرع المصرى فى المادة رقم ٦ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ على أنه "على كل مورد ومعلن إمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه وتجنب ما قد يؤدى إلى خلق انطباع، غير حقيقى أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه فى خلط أو غلط.

ويعفى المعلن من المسئولية متى كانت المعلومات التى تضمنها الإعلان فنية يتعذر على المعلن المعتاد التأكد من صحتها، وكان المورد قد أمده بها".

وكذلك نص المشرع فى ذات القانون بالمادة رقم ١١ على أنه " يلتزم المورد فى حالة البيع بالتقسيط وقبل التعاقد بتقديم البيانات الآتية للمستهلك:

أ- الجهة المقدمة للمنتج بالتقسيط.

ب- سعر البيع للمنتج نقداً.

ج- مدة التقسيط.

د- التكلفة الإجمالية للبيع.

هـ- عدد الأقساط وقيمة كل قسط.

و- المبلغ الذى يتعين على المستهلك دفعه مقدماً إن وجد".

يتضح من النصان السابقان أن المشرع المصرى قد أعتمد بذلك التزاماً على عاتق المهنى "المورد، والمعلن" تجاه المستهلك مفاده التزاماً سابقاً على التعاقد بأن يعلم المهنى المستهلك بكل البيانات المذكورة بالنص بما من شأنه جعل إرادة المستهلك سليمة وحرة وكاملة تصلح بذلك لإبرام عقد الاستهلاك المزمع إبرامه أو الدخول فى علاقة الاستهلاك بما يشكل حداً أدنى من الحماية للمستهلك المنشودة، وهذا هو الالتزام بالإعلام قبل التعاقدى، ولذلك نوضح فيما يلى حقيقة الالتزام بالإعلام عامة وأعمال هذا المعنى على التزام المهنى "المورد، والمعلن" بإعلام المستهلك بالبيانات المتعلقة بالمنتج وبعلاقة الاستهلاك و ذلك بداية فى الفقه والقانون المقارن ثم بعد ذلك فى مصر.

الفرع الأول

التعريف العام بالالتزام بالإعلام(1)

أولاً- المقصود بالالتزام بالإعلام:

بداية يجب أن نؤكد على أن الالتزام الواقع على عاتق المهني بإعلام المستهلك بالبيانات والمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه وغيرها من المنصوص عليها في المادة رقم ٦ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦، هو التزام عام في كافة المعاملات الاستهلاكية - عقدية كانت أو غير عقدية -، وحيث أنه يقوم بصفة أساسية في المرحلة السابقة على التعاقد متى كانت السلعة أو الخدمة موضوعاً لنشاط المهني أو ممثلاً لمعاملة استهلاكية. هذا مع أن الالتزام بالإعلام يمكن أن يكون التزاماً عقدياً أيضاً إذا ما تقرر في مرحلة إبرام وتنفيذ العقد إما بنص القانون وإما باتفاق المتعاقدين.

وعن تحديد المقصود بالالتزام بالإعلام نلاحظ تعدد التعريفات الفقهية خاصة في ظل انعدام تعريف تشريعي أو قضائي له، ومع ذلك فأننا نوجز القول

---

(1) من الجدير بالذكر أن الالتزام بالإعلام يطلق عليه الفقه المختلف تسميات عدة منها الالتزام بالتبصير أو من يسميه الالتزام بالإفضاء بالبيانات والمعلومات،و الالتزام بالأخبار. انظر في هذا الالتزام: د. خالد جمال أحمد حسن، الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي. دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة أسيوط، ١٩٩٦، ص ٢٣٠ وما بعدها، د. حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك، مرجع سابق، ص ١٤، ود/ نزيه محمد الصادق المهدي، الالتزام قبل التعاقدي بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، دراسة فقهية قضائية مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٨٢، ص ٧ وما بعدها.

- De Jualart, L'obligation de renseignement dans Les Contrats, R. T. D. C. 1945. I.
- Alisse, L'abligation de renseignements dans Les Contrats, Thése, Paris II, 1975.
- Nguyen – Thanh, "Contribution a'L'étude des Techniques Juridiques de protection des Consommateur, Thése, caen. 1970.

عن بعض هذه التعريفات حتى نرجح أكثرها قبولا لاعتماده الالتزام المهنى قبل التعاقدى بإعلام المستهلك.

عرف جانب من الفقه الالتزام بالإعلام بأنه "التزام أحد الطرفين بتقديم كافة البيانات والمعلومات اللازمة لمساعدة الطرف الآخر على إبرام العقد أو تنفيذه بل تحذيره ولفت نظره إذا استدعى الأمر ذلك"(1). وهذا التعريف يكفى لاستبعاده ذكر أحد أوجه النقد الموجهة إليه بأنه يخلط بين الالتزام بالإعلام وبين غيره من الالتزامات الأخرى كالالتزام بالتحذير، الالتزام بالإعلام التعاقدى.

ويعرف البعض الآخر من الفقه الالتزام بالإعلام بأنه "التزام سابق على التعاقد يتعلق بالتزام أحد المتعاقدين، بأن يقدم للمتعاقد آخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضاء سليم كامل متنور على علم بكافة التفصيلات فى هذا العقد. وذلك بسبب ظروف واعتبارات معينة قد ترجع إلى طبيعة هذا العقد أو صفة أحد طرفيه أو طبيعة محله أو أى اعتبار آخر يجعل من المستحيل على أحدهما، أن يُلم ببيانات معينة أو يحتم عليه منح ثقة مشروعة للطرف الآخر، الذى يلتزم بناء على جميع هذه الاعتبارات بالالتزام بالإدلاء بالبيانات"(2).

وعرفه جانب آخر أيضاً بأنه "التزام قانونى عام سابق على التعاقد، يلتزم فيه المدين – سواء كان طرفاً فى العقد المزمع إبرامه، إحدهما أو كليهما

(1) راجع، د. محمد أبو زهرة، الحماية المدنية للتجارة الالكترونية، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٨، ص ١٧٢.

(2) ويؤخذ على هذا التعريف أنه يتصف بالإسهاب، كما أن صاحبه خصص دراسته للالتزام قبل التعاقدى بالإعلام، ومن ثم جاء قاصراً على المرحلة السابقة على التعاقد، ولكن ذلك فى رأينا لا يمنع قبوله فى شأن تعريف الالتزام بالإعلام الواقع على عاتق المهنى فى المرحلة السابقة على التعاقد، راجع، د. نزيه محمد الصادق المهدى، الالتزام قبل التعاقدى بالإدلاء بالبيانات من مرجع سابق، ص ١٥ – ١٦، وقارن نقده لدى، د. مصطفى أحمد أبو عمرو، الالتزام بالإعلام فى عقود الاستهلاك، مرجع سابق، ص ٣٤.

أو من الأغيار عن هذا العقد – بإعلام الدائن – سواء كان أحد طرفي العقد أو كليهما – في ظروف معينة إعلاماً صحيحاً وصادقاً بكافة المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد المراد إبرامه، والتي يعجز عن الإحاطة بها بوسائله الخاصة ليبني عليها رضاءه بالعقد"[1].

ويعرف جانب فقهي آخر الالتزام بالإعلام بأنه "التزام يفرض على أحد طرفي عقد الاستهلاك إعلام الطرف الآخر بما يجهله من بيانات جوهرية مرتبطة بالتعاقد، وذلك في الوقت المناسب مستخدماً في ذلك اللغة والوسيلة الملائمة لطبيعة العقد ومحله"[2].

وإن كان هذا التعريف يحمد له أنه بين أن هذا الالتزام يمكن أن يفرض على المهني بالاتفاق كما يفرض عليه بنص القانون مثلما هو قائم في قانون حماية المستهلك المصري في المواد أرقام ٣، و٦ منه، إلا أنه يعاب على هذا التعريف أنه اشترط لفرض هذا الالتزام أن يكون المهني – الذي سوف يفرض عليه هذا الالتزام – أحد طرفي عقد الاستهلاك المزمع إبرامه، وفي هذا مخالفة واضحة لصريح نصوص قانون حماية المستهلك رقمي ٣، و٦ حيث أن المشرع فرض هذا الالتزام على المهني حتى ولو لم يكن طرفاً في عقد الاستهلاك القائم أو المحتمل ابرامه، بل يتحمل بهذا الالتزام بمناسبة نشاطه وبصرف النظر عما إذا كان سيصبح طرفاً في عقد من عقود الاستهلاك أم لا.

وعلى ذلك نرى أن الالتزام بالإعلام الذي يقع على عاتق المهني هنا تجاه المستهلك يعبر عن واجب قانوني يفرض بنص القانون أو بالإتفاق مفاده أن على المهني الإدلاء بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالمنتج محل نشاط المهني وخصائصه للمستهلك عامة وذلك أيضاً حسب طبيعة المنتج وحسب طريقة عرضه أو الإعلان عنه أو التعاقد عليه بما يمكن جمهور المستهلكين من معرفة

(١) راجع، د. خالد جمال أحمد حسن، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، مرجع سابق، ص ٨٢.
(٢) راجع د. مصطفى أحمد أبو عمرو، المرجع السابق، ص ٣٦ وما بعدها.

حقيقة المنتج وبما يؤدى إلى تجنب خلق انطباع غير حقيقى أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه فى خلط أو غلط. وبذلك يؤدى الوفاء بهذا الالتزام – بصوره المختلفة – إلى السماح للمستهلك بالبدء فى إبرام عقود الاستهلاك وهو على علم كافٍ بحقيقة المنتج موضوع العقد ومدى صلاحيته لأن يكون محل لعلاقة الاستهلاك المزمع إبرامها، وما إذا كان هذا المنتج يحقق رغباته أم لا. وعليه فأن المهنى "المورد، والمستورد، الخ.." فى مصر عليه التزاماً – قبل تعاقدى – بإعلام المستهلك عامة أو إعلام جمهور المستهلكين بحقيقة المنتج محل نشاطه – ومحل علاقات الاستهلاك المحتملة – حيث بيان العناصر الذاتية لهذا المنتج ومن ثم تحديد طبيعته وأصله والخصائص الجوهرية المميزة له والحالة القانونية والمادية وذلك كله بالوسيلة والأداة التى يفهمها المستهلك[1].

ثانياً تمييز الالتزام بالإعلام عن غيره من الالتزامات المشابهة:

إن الالتزام بالإعلان عن بيانات المنتج وإمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه كالتزام سابق على التعاقد يتميز عن غيره من الالتزامات الأخرى التى قد تتشابه معه. من هذه الالتزامات الالتزام التعاقدى بتقديم الاستشارات الفنية والالتزام للتعاقدى بالإعلام والالتزام بالتعاون والالتزام بالتحذير، وهو ما نتناوله فيما يلى:

---

(١) حيث وجوب إتباع ما يقره المشرع من وسائل يتم من خلها التنفيذ الفعلى لهذا الالتزام منها مثلاً استخدام اللغة العربية فى هذا الإعلام. انظر فى مضمون هذا الالتزام فى القانون والفقه المقارن. د. خالد جمال أحمد، المرجع السابق، ص ٣٠٨ وما بعدها. وانظر:

- DOMONT–NAERT, (Francoise), Les relations enter professionnels et Consommateurs en droit blege, rapport belge, La protection de La partie faible dans Le rapports Contractuels, Comparaisons Franco–belges, L.G.D.J. 1996, P. 21 et s, p.24 ets.

١ـ الالتزام بالإعلام والالتزام التعاقدى بتقديم الاستشارات الفنية[١]:

يتميز التزام المهنى بالإعلام قبل التعاقدى ببيانات المنتج وإمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن المنتج وخصائصه، عن الالتزام التعاقدى بتقديم الاستشارات الفنية فى أمور عدة أهمها أن الالتزام بالإعلام يعد التزام سابق على أى تعاقد يهدف إلى تنوير المستهلك بالشروط والأوصاف المتعلقة بالمنتج محل المعاملات الاستهلاكية، ومن ثم فهو ليس التزاماً عقدياً ــ من حيث الاصل ــ ، وليس التزاماً خاصاً للقيام بعمل محدد أو الامتناع عن عمل محدد يتفق عليه بين الدائن والمدين.

أما الالتزام العقدى بتقديم الاستشارات الفنية فهو التزام عقدى موضوعه التزام المهنى "صاحب الخبرة الفنية" بتقديم معلومات محددة فى العقد واللازمة لأجل عملية معينة يحددها المتعاقدان سلفاً. ومثل ذلك الالتزام العقدى بتقديم المشورة الفنية التزام المهندس المعمارى بتقديم المعلومات الفنية والتكنولوجية وفقاً لأصول وأساسيات علم الهندسة المعمارية الذى يمتهنه ذلك المهندس[٢]، كرب العمل للقيام مثلاً بإنشاء عقار من العقارات.

---

(١) انظر فى ذلك الالتزام "أى الالتزام العقدى بتقديم الاستشارات الفنية"،

- M. F. MIALON, "Contribution à L'étude Juridiqus d'un Contrat de Conseil", R. T. D. C. 1973. P. 5 ets.
- SAVATIER, "Les Contrats des Conseils Professionles en Droit Privé", Dalloz. 1972.

(٢) راجع فى شأن هذه التفرقة بين الالتزامين، د. نزيه محمد الصادق المهدى، المرجع السابق، ص ١٤، وكذلك راجع د. حسن عبد الباسط جميعى، المرجع السابق، ص ١٧ وما بعدها.

وراجع أيضاً:

- MARTIN, "Le devoir de Conseil de L'architecte en matiere Juriduque", J. C. P. 1972. 1. 2493. Sivatier, Les Contrats de Consils ... op. cit. P. 137 ets.

٢ـ التزام المهنى بالإعلام قبل التعاقدى لجمهور المستهلكين، والالتزام التعاقدى بالإعلام:

يتميز التزام المهنى قبل التعاقدى بإعلام المستهلكين ببيانات المنتج والمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه عن الالتزام التعاقدى بالإعلام بأنه – أى الأول – ينفصل عن العقد وينشأ فى مرحلة سابقة على تكوينه وإبرامه حتى يتيح للمستهلك رضاءً حراً يستطيع من خلاله أن يبرم العقد الاستهلاكى أو يرفضه أو أن يقبل على التعامل مع المنتج من عدمه بصرف النظر عن التعاقد من عدمه، وبما يجعل كل معطيات التعاقد واضحة أمام المستهلك[1]، وبذلك فإن التزام المهنى[2] بالإعلام قل التعاقدى تجاه المستهلك يختلف عن الالتزام المهنى – العقدى – بالإدلاء بالبيانات والمعلومات اللازمة لتنفيذ العقد ولتجنيب المستهلك الأضرار الناجمة عن تنفيذه أو عن الاستمرار فى استخدام السلعة أو الاستفادة بالخدمة[3].

وعلى ذلك فأنه وإن كان التزام العقدى بالإدلاء ببيانات أو معلومات ينشأ بمناسبة كل عقد على حدة وفى حدود ما يقتضيه ذلك العقد، فإن الالتزام قبل التعاقدى بالإعلام هو التزام عام فى شأن كافة معاملات الاستهلاك، ويهدف إلى تنوير رضاء المستهلك مما يجعل سلامة وصحة الرضاء أساس وجوده[4].

وهذا الاختلاف دفع بعض الفقه إلى القول بأنه طالما أن الالتزام العقدى

---

(١) راجع، د. نزيه محمد الصادق المهدى، المرجع السابق، ص ١٨ وما بعدها وص ٣٤ وما بعدها، د. حسن عبد الباسط جميعى، المرجع السابق، ص ١٨، وانظر كذلك:

- BOYER, L'obligation de renseignement dans La formation du Contrat", Thése, Aix – Marseille, 1978, Presse. Universitaire, P. 29 ets.

(٢) راجع د. حسن عبد الباسط جميعى، المرجع السابق، نفس الموضع.

(٣) راجع: د. حسن عبد الباسط جميعى، المرجع السابق، نفس الموضوع.

(٤) راجع:

- Lucas de Leyssac, L'obligation de renseignements dans Les Contrats, inL'information de Droit Privé", L. G. D. J. 1978. P. 307.

بالإعلام هو التزام فى عقد عادى فأنه التزام تبعى يسمح بحسن تنفيذ الالتزامات القانونية الأصلية، بينما الالتزام قبل التعاقدى بالإعلام ليس التزاماً عقدياً بل هو التزام مستقل عن العقد ويجب الوفاء به قبل تكوين العقد[1]، وعليه فأنه التزام أصلى يقوم بذاته مستقل عن غيره من الالتزامات الأخرى المرتبطة بالعقد الاستهلاكى.

ويتميز الالتزام المهنى – قبل التعاقدى – بالإعلام ببيانات المنتج وطبيعته وخصائصه عن الالتزام التعاقدى بالإعلام من حيث المصدر حيث أن الأول مصدره نص القانون بينما مصدر الثانى هو العقد.

٣ـ الالتزام بالإعلام والالتزام بالتعاون:

يتميز التزام المهنى – قبل التعاقدى – بإعلام المستهلك ببيانات المنتج والمعلومات الصحيحة عنه وخصائصه، عن التزامه بالتعاون فى رأينا من حيث الغاية والمصدر، وحيث أن الالتزام بالتعاون يعمل على الإرتقاء بطرفى العقد معنوياً وأخلاقياً ويساعد على التخلص من نزعة الأنانية والفردية التى كانت تسود المعاملات وما تزال، ويقصد بالتعاون فى مجال التعاقد ذلك العمل المشترك بين أطراف العقد فى مرحلة تكوينه أو تنفيذه. ويتمثل هذا الالتزام فى السلوكيات والتصرفات التى تهدف إلى العمل على خدمة طرفى العقد، وتحقيق مصالحهما المشتركة. وعلى ذلك فأن الالتزام بالتعاون يعد وبحق تطبيقاً واضحاً لمبدأ حسن النية فى التعاقد بمفهومه الواسع[2]. وعليه فأن مصدره يكون

---

(١) هذا مع أن هناك من الفقه من يرى صعوبة معقدة فى التفرقة بين هذين الالتزامين، وإن كانت فكرة الغاية من كل التزام ومصدره تكفى فى رأينا للتمييز بينهما. انظر، د. نزيه محمد الصادق المهدى، مرجع سابق، ص ٣٤، د. حسن عبد الباسط جميعى، المرجع السابق، ص ١٩، وكذلك راجع:

- Alisse, Thése, op. cit. P. 226.

(٢) انظر فى شأن المزيد عن الالتزام بالتعاون، د. وفاء حلمى أبو جميل، الالتزام بالتعاون، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٢، وفى الفقه الفرنسى:

PICOD(Y). L'obligation de Cooperation dans L'exécution du Contrat, J. C. P. Ed. G. II. 3318. =

عقدى أو نص القانون، بينما الالتزام بالإعلام قبل التعاقدى فدائماً مصدره القانون.

وكذلك فأن التزام المهنى بالإعلام يختلف عن الالتزام بالتعاون فى أن الأول يتمثل فى سلوك فردى يقوم به المهنى يتمثل فى الإدلاء بالبيانات المتعلقة بالمنتج والمعلومات الصحيحة المتعلقة به سواء كانت هناك علاقات استهلاكية أم لا، بينما الالتزام بالتعاون هو سلوكيات أو تصرفات مشتركة تهدف إلى التعاون بين طرفى العلاقة القانونية، فى حين أن هدف الالتزام بالإعلام غالباً يهدف إلى تنوع إرادة المستهلك ومن ثم تحقيق التوازن العقدى وإعادة التوازن بين الطرفين المهنى والمستهلك أو الطرف الضعيف اقتصادياً أو قانونياً أو معنوياً متى كانوا مقدمين على علاقة استهلاك عقدية، وهدف الالتزام بالتعاون هو تحقيق المصلحة المشتركة للمتعاقدين.

٤ ـ الالتزام بالإعلام والالتزام بالتحذير:

يتميز الالتزام بالإعلام قبل التعاقدى عن التزام المهنى بالتحذير بعدد من الفروقات تعتمد على وقت تنفيذه ونطاقه، خاصة وأن المشرع المصرى نص فى المادة رقم ٧ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ على أنه "يلتزم المورد خلال مدة أقصاها سبعة أيام منذ اكتشافه أو علمه بوجود عيب فى المنتج أن يبلغ الجهاز عن هذا العيب وأضراره المحتملة فإذا كان يترتب على هذا العيب إضرار بصحة أو سلامة المستهلك التزام المورد بأن يبلغ الجهاز بهذا العيب فور اكتشافه أو علمه به، وأن يعلن توقفه عن إنتاجه أو التعامل عليه ويحذر المستهلكين بعدم استخدام المنتج".

وهذا النص يعبر عن إقرار من المشرع صراحة لالتزام جديد يقع على عاتق المهنى مفاده أن يحذر المستهلك المتعاقد معه بأضرار استخدام المنتج

= وراجع فى شأن التمييز أيضاً د. خالد أحمد حسن، الالتزام بالإعلام، مرجع سابق، ص ١٦٩، وكذلك د. مصطفى أحمد أبو عمرو، المرجع السابق، ص ٣٨ ـ ٣٩.

الذى اكتشف أو علم بعيبه وأضراره. ولعل أكثر الالتزامات تعقيداً فى التمييز بينها وبين التزام المهنى بالإعلام التزام المهنى بالتحذير، حيث ترتب على تعقد إنتاج السلع والخدمات وخطورة التعامل معها نشوء الالتزام بالتحذير الذى يقع على عاتق المهنى "المورد" ومصطلح المورد هذا يشمل مقدم الخدمة ومن يقوم بالانتاج والمستورد والموزع والعارض ومن يتاجر فى المنتجات أو يتعامل فيها، وذلك وفق مفهوم المورد فى المادة الأولى من قانون حماية المستهلك.

ويعرف البعض من الفقه الالتزام بالتحذير بأنه "التزام تبعى يقع على عاتق أحد الطرفين، بأن يحذر الطرف الآخر أو يثير انتباهه إلى ظروف أو معلومات معينة، بحيث يحيطه علماً بما يكتنف هذا العقد، أو ما ينشأ عنه من مخاطر مادية أو قانونية"[1].

ويلاحظ أن الالتزام بالتحذير يهدف إلى حماية المستهلك حيث وقايته من المخاطر التى يمكن أن تلحق بصحة أو سلامة المستهلك بسبب استعمال أو حيازة بعض المنتجات أو الانتفاع ببعض الخدمات[2] التى قد تكون خطرة بطبيعتها أو نتيجة للاستعمال أو الحيازة دون مراعاة احتياطات معينة.

ويميز البعض بين الالتزام بالإعلام قبل التعاقدى والالتزام بالتحذير من جوانب عديدة، منها وقت تنفيذ الالتزام، حيث أن الالتزام بالإعلام يكون تنفيذه

---

(١) راجع، د. نزيه محمد الصادق المهدى، المرجع السابق، ص ٢١٧.

(٢) ومفاد ذلك أن الالتزام بالتحذير يتمثل فى إعلام المستهلك بمصادر خطورة المنتجات وكيفية التعامل معها استعمالاً وحفظاً، وذلك على النحو الذى يقيه المخاطر التى يمكن أن ينجم عنها حال عدم اتباع التحذيرات اللازمة. والواقع أن المورد خاصة المنتج والمورد لم يجدا فى هذا الالتزام عبئاً بقدر ما وجدوا فيه وسيلة لبث الطمأنينة والثقة فى نفس المستهلك بما يؤدى لضمان الإقبال على ما يعرضونه من سلع أو خدمات. وفضلاً عن ذلك فإنهما قد وجدا فى هذا الالتزام وسيلة قانونية للتخلص من المسئولية المدنية أو تخفيفها فى حالة الالتزام بمتطلباته أو مقتضياته. راجع، د. نزيه محمد الصادق المهدى، المرجع السابق، نفس الموضع. وراجع، د. ميرفت ربيع عبد العال، الالتزام بالتحذير فى مجال عقد البيع، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٤، ص ١٥ وما بعدها.

قبل العقد المزمع إبرامه، بينما الالتزام بالتحذير يرى البعض أن تنفيذه يكون وقت تنفيذ العقد أى أن تنفيذه مرتبط بمرحلة تنفيذ العقد حيث يرتبط بالالتزام بالتسليم، ويعد بذلك الالتزام بالتحذير التزاماً تابعاً للالتزام العقدى الأصلى، فى حين يرى البعض الآخر من الفقه أن الالتزام بالتحذير هو التزام سابق على التعاقد ومن ثم فإن وقت تنفيذه هو قبل العقد، ومع ذلك فإن بعض الفقه يرى وبحق أن المخاطر محل التحذير أو موضوع الالتزام بالتحذير تنقسم إلى مخاطر ترتبط بطبيعة المنتج أو صفاته الأساسية، وأخرى ترجع لاستعماله. ويجب على المهنى أن يحذر المستهلك بشأن النوع الأول فى المرحلة السابقة على التعاقد، بينما يكون عليه أن يحذر المستهلك من النوع الآخر خلال مرحلة التنفيذ[1]. وبذلك فإن الالتزام بالتحذير يحتمل الطبيعة العقدية متى كان فى مرحلة تنفيذ العقد، والطبيعة غير العقدية متى كان قبل إبرام العقد، بينما الالتزام بالإعلام فيكون قبل العقد وذلك حسب الغالب و الاصل.

كما يختلف الالتزام بالإعلام عن الالتزام بالتحذير من حيث نطاق البيانات موضوع الالتزام فهى فى الالتزام بالإعلام أوسع نطاق عن محل البيانات موضوع الالتزام بالتحذير، حيث يقتصر الالتزام بالتحذير فقط على

---

(١) ومع ذلك فأن الاختلاف بينهما قائم أيضاً على الأقل من حيث نطاق الالتزام تجاه الأشخاص، فالالتزام بالإعلام قبل التعاقد يكون تجاه المستهلكين بصرف النظر عن إمكانية اعتبارهم طرف فى علاقة الاستهلاك من عدمه أى بصرف النظر عما إذا كانوا سوف يقبلون على التعامل الاستهلاكى مع المهنى أم لا، بينما الالتزام بالتحذير فأنه يكون تجاه المستهلكين شريطة أن يكون متعاقدين مع المهنى أو سوف يتعاملون معه بشأن المعاملة الاستهلاكية التى محلها المنتج موضوع التحذير، كما أن الالتزام بالتحذير لم يكن على عاتق المهنى تجاه المستهلك فقط ولكنه تجاه الجهاز والمؤسسات القائمة على شئون الاستهلاك وحماية المستهلك، كما أن طبيعة الالتزام بالإعلام قبل التعاقدى دائماً غير عقدى ويكون بنص القانون، بينما الالتزام بالتحذير قد يكون تعاقدى وقد يكون غير تعاقدى كما هو الحال بنص القانون. وهو ما يمكن أن يفسر فى ضوء نص المادة رقم ٧ من قانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦. راجع د. نزيه محمد الصادق المهدى، الالتزام قبل التعاقدى، مرجع سابق، ص ١٧، وراجع د. عمر محمد عبد الباقى، الحماية العقدية للمستهلك، مرجع سابق، ص ٢٢٢، وراجع، د. ميرفت ربيع عبد العال، المرجع السابق، ص ٤٨.

البيانات والمعلومات المتصلة بالصفة الخطرة للمنتجات[1]، أما فى الالتزام بالإعلام فيتسع نطاق الالتزام ليشمل كل بيان أو معلومة تتعلق بالمنتج موضوع علاقة الاستهلاك وكافة الأمور المتعلقة بالعقد المزمع إبرامه. كما أن البعض من الفقه يرى أن الالتزام بالإعلام يختلف من حيث الأساس القانونى عن الالتزام بالتحذير، فالأول يجد أساسه فى مبدأ حسن النية، بينما الالتزام بالتحذير يجد أساسه فى التزام المنتج أو الموزع بضمان سلامة المستهلك[2]. هذا مع ملاحظة أن مصدر الالتزامان هو نص القانون، وهدف الالتزامان عامة هو حماية المستهلك، وتفصيلاً هدف الالتزام بالتحذير هو حماية المستهلك فى الأمان حيث حماية حقه فى الصحة، والسلامة، أما هدف الالتزام بالإعلام فهو بداية حماية حق المستهلك فى الاختيار الحر بين المنتجات، وحماية حقه فى المعرفة الاستهلاكية، كما أنه يهدف بذلك أيضاً إلى تحقيق المساواة فى المعرفة والعلم بين المهنى والمستهلك، وتحقيق التوازن فى عقود الاستهلاك بينهما.و بذلك يتوفرا غالبا ارادة حرة ومستنيرة لدى المستهلك تصلح لابرام عقود الاستهلاك .

الفرع الثانى

احكام الالتزام بالاعلام

تمهيد :-

يعد الالتزام بالاعلام قبل التعاقدى – اى التزام المهنى باعلام المستهلك ببيانات المنتج و العقد – من اكثر الالتزامات التى نالت اهتمام التنظيم القانونى فى القانون المقارن لدرجة جعلت من احكامه مبادىء عامة او نظرية عامة

---

(١) راجع د. مصطفى أحمد أبو عمرو، المرجع السابق، ص ٤٣.

(٢) راجع د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٢٢١، د. نزيه محمد الصادق المهدى، المرجع السابق، ص ٥٨، وما بعدها. د. خالد جمال أحمد حسن، الالتزام بالإعلام المرجع السابق، ص ٣٤، وما بعدها. د. ميرفت ربيع عبد العال، الالتزام بالتحذير، مرجع سابق، ص ١٠٦ وما بعدها.

تحكم الالتزام بالاعلام لدى الدول المختلفة .وفى ضوء ذلك نتناول دراسة احكام الالتزام بالاعلام من خلال بحث الحكمة منه و شروطه وطبيعته القانونية و الجزاء الذى يترتب على مخالفته .وذلك فيما يلى :-

الفصل الاول

حكمة الالتزام بالإعلام وشروطه

أولاً- الحكمة من فرض الالتزام بالإعلام:

أوضحنا فيما سبق وبصورة موجزة أن البيانات والمعلومات التى يلتزم المهنى "المورد أو المستورد، أو المنتج أو المعلن" بتقديمها للمستهلك تؤدى إلى تنوير إرادة المستهلك حين إقدامه على إبرام العقد. ويأخذ الالتزام بالإعلام أو بالإدلاء بالبيانات والمعلومات بصدد عقود الاستهلاك أهمية خاصة نظراً للتفاوت الشاسع فى مستوى العلم والخبرة بين المستهلك والمهنى "المحترف" الذى يتعاقد معه. مما يؤدى إلى اختلال التوازن. لذلك فإن تقرير الالتزام بإعلام المستهلك هو الوسيلة إلى إعادة المساواة فى العلم بين المتعاقدين، وإعادة التوازن إلى العقد[1].

ففى شأن إعادة المساواة فى العلم بين المتعاقدين قرر عدد من الفقه أن ذلك يعد من الأسس الجوهرية لالتزام المهنى بالإعلام قبل التعاقدى، حيث أن التفاوت فى المعرفة بين المهنى والمستهلك قد تزايد بشكل ملحوظ بسبب التقدم الصناعى والتكنولوجى وظهور المخترعات الحديثة والآلات المعقدة مما جعل من المستحيل أن يتعرف الشخص العادى – أى المستهلك – على التفصيلات الفنية ودقائق السلع المعروضة[2]. وعلى ذلك يختل ميزان المعرفة لصالح

---

(1) راجع د. حسن عبد الباسط جميعى، المرجع السابق، ص ٢١.

(2) راجع:

- ALISSE, Thése, Precitée, p. 41.
- Boyer, Thése, precitée, p. 30.

المهنى على حساب المستهلك، حيث أن المستهلك حينما يقدم على إبرام عقد من عقود الاستهلاك يفتقر حتماً إلى البيانات والمعلومات الأساسية التى ترشده إلى تحديد أوصاف المنتج محل العقد من سلع وخدمات مع رغباته ومدى كفايتها لإشباع حاجاته. وعليه فأن عدم المساواة فى المعرفة بين أطراف عقد الاستهلاك – المهنى والمستهلك – يبرر تقرير الالتزام بإعلام المستهلك على عاتق الطرف الذى يعلم وهو المهنى أى الحرفى أو صاحب الخبرة من المهنيين[1]. وفى ذلك كله حماية لحقوق المستهلك فى المعرفة الاستهلاكية وفى الاختيار الحر، وفى المشاركة الاستهلاكية، خاصة وأن الجهل وعدم المساواة فى المعلومات الذى يفترض وجوده فى عقود الاستهلاك، والذى يبرر تقرير الالتزام بالإعلام، هو الجهل المشروع أو المبرر قانوناً[2].

أما فى شأن إعادة التوازن إلى العقد يلعب الالتزام بإعلام المستهلك وإمداده بالبيانات والمعلومات دوراً هاماً فى حماية رضاء هذا الأخير الذى لا يتمكن بسبب مركزه العقدى المتميز بالضعف من الوصول إليها. وينظر إلى هذه الحماية أحياناً على أنها تطبيق من تطبيقات الحماية المقررة للطرف المذعن فى عقود الإذعان[3]. ومع ذلك تختلف الحماية القانونية للطرف المذعن فى عقود الإذعان عن الحماية المقررة للمستهلك من خلال التزام المتعاقد معه – أى المهنى – بالإعلام قبل التعاقدى، حيث أن للمستهلك حماية سابقة على التعاقد لا نجد لها مثيل فى شأن حماية الطرف المذعن، وكذلك فإن الالتزام بالإعلام قبل التعاقدى هو التزام مستقل وأصيل، ولكن ذلك لا ينفى إمكانية تصور قيام الالتزام بالإعلام فى إطار عقود الإذعان، كما أنه لا ينفى أيضاً

---

(١) راجع. د. حسن عبد الباسط جميعى، المرجع السابق، ص ٢٣، وراجع: -
- Nguyen Thanh, Thése, Precitée, p. 218 ets.

(٢) راجع:د.خالد جمال احمد حسن ،الالتزام بالاعلام ..،مرجع سابق ،ص٣٤ وما بعدها.

(٣) راجع د. حسن عبد الباسط جميعى، المرجع السابق، ص ٢٣. وانظر كذلك:
- Boyer, Thése, precitée, p. 32.

إمكانية تصور انطباق وصف الإذعان على عقد ما من عقود الاستهلاك خاصة فى حالة اتصاف المهنى والمحترف" بوصف المحتكر للسلعة أو الخدمة الضرورية[1].

وبذلك فأن عقود الاستهلاك تمثل فى ذاتها مجموعة مميزة داخل النظام القانونى، وتقتضى تخصيص الحماية للمستهلك من خلال فرض التزام بالإعلام على المتعاقد معه بغض النظر عن وصف هذه العقود بأنها عقود الإذعان أو بنفى هذا الوصف عنها. ويؤكد هذا القول الطبيعة الخاصة لعقود الاستهلاك التى تؤدى إلى التعاقد بدون تمكين المستهلك من الإطلاع على المعلومات التى يمكن أن تؤثر فى توجيه إرادته نظراً لعدم خبرته ونظراً للمركز القوى الذى يمثله المتعاقد الآخر، والثقة التى قد يوليها إياه المستهلك[2].

ثانياً- شروط قيام الالتزام بالإعلام:

يتطلب لقيام الالتزام بالإعلام عامة فى الفقه المقارن عدة شروط، منها ما يتعلق بموقف المهنى والمستهلك من البيانات محل الإعلام، ومنها ما يرتبط بطبيعة هذه البيانات وأهميتها بالنسبة للدائن، اى المستهلك، حيث أنها تتمثل فى أنه يلزم أن يعلم المهنى بالبيانات والمعلومات محل الإعلام أو يكون فى إمكانه العلم بها، وأن تكون هذه البيانات والمعلومات من شأنها التأثير على إرادة المستهلك، وأن يجهلها – جهل مشروع-. ونشرحهم كما يلى:

الشرط الأول: علم المهنى أو إمكانية علمه بالبيانات والمعلومات محل الإعلام:

يجب حتى يفرض الالتزام بالإعلام على عاتق المهنى أن يكون المهنى عالماً بالبيانات أو المعلومات التى يلزمه المشرع بالإفضاء بها للدائن الذى يكون عادةً هو المستهلك. وغالباً يتطلب المشرع الإدلاء بهذه البيانات فى المرحلة السابقة على إبرام العقد فنكون عندئذ بصدد الالتزام قبل التعاقدى

---

(١) راجع د. حسن عبد الباسط جميعى، المرجع السابق، ص ٢٤.
(٢) المرجع السابق، نفس الموضع.

بالإعلام. والمعلوم أن هذه البيانات أو المعلومات تختلف من عقد إلى آخر وفقاً لمحله وطبيعته وأطرافه فلا شك أن البيانات الواجب الإدلاء بها في مجال إبرام وتنفيذ عقد البيع تختلف عن تلك اللازمة في حالة إبرام عقد التأمين أو القرض الاستهلاكي أو العلاج الطبي[1]. والبيانات التي يفترض علم المدين بها ترتكز على فكرتي السمات الجوهرية للمنتجات محل التعاقد، ومدى ملائمة البيانات أو المعلومات للدائن وهو المستهلك[2]. وهذا وإن لم يكن المهني عالماً بهذه البيانات فأنه لا يلتزم بالإدلاء بها ما لم يكن في إمكانه العلم بها وقصر في العلم بها طالما كان المهني المعتاد يعلم بها والإمكان هنا معيار يحدد في ضوء الإمكان لدى المهني المعتاد.

الشرط الثاني: أن تكون البيانات والمعلومات من شأنها التأثير على إرادة المستهلك:

يجب لقيام الالتزام بالإعلام أن يكون من شأن البيانات والمعلومات موضوع الالتزام التأثير على إرادة المستهلك أي يكون من شأن علم الدائن – أي المستهلك – بها التأثير على قراره التعاقدي، فالبيانات غير الجوهرية والتي لا تأثير لها على إرادة المستهلك لا يلزم الإدلاء بها، والواقع أنه يمكن استنباط أهمية البيانات وتأثيرها على رضاء المستهلك من خلال عدة قرائن منها حرص المستهلك على طلب تلك البيانات والاستفسار بشأنها. وكذلك دور هذه المعلومات في تحديد نطاق وآثار العقد وما يرتبه من التزامات[3].

---

(١) راجع د. خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الالكتروني، مرجع سابق، ص ١٧، د. مصطفى أحمد أبو عمرو، المرجع السابق، ص ٥٥.

- Boyer, Thése, Precitiée, P. 350.
- Jean Calais. Auloy, L'influnce du droit de la Consommation sur Le droit civil des Contrats, R. T. D. civ. 1994. p. 242.

(٢) راجع، د. خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص ٩٨، وكذلك راجع، د. مصطفى أحمد أبو عمرو، المرجع السابق، ص ٥٧ – ٥٨.

(٣) راجع د. محمد إبراهيم دسوقي، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، مرجع سابق، ص ١٣٢، د. نزيه محمد الصادق المهدي، المرجع السابق، ص ٢٤٢. د. خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك، مرجع سابق، ص ٩٨، د. عبد العزيز المرسي حمود،=

ونرى أن القاضى يقوم بتحديد ذلك وفقاً لمعيار موضوعى – أى يبحث فى مدى أهمية هذه المعلومات والبيانات وفقاً لاهتمام وحرص المستهلك المعتاد – ومع أنه يلاحظ أنه فى ظل وجود تشريعات مستقلة لحماية المستهلك سواء فى القانون الفرنسى أو فى القانون المصرى أو فى القانون العمانى، فإن المشرع أصبح المختص بتحديد البيانات الجوهرية التى يتعين على المهنى الإفضاء بها لتنوير رضاء وإرادة المستهلك. ومفاد ذلك أن على المهنى الإدلاء بكافة البيانات والمعلومات التى تحددها النصوص التشريعية الواردة فى قوانين حماية المستهلك دون حاجة إلى اتفاق خاص يقرر ذلك[1]. وإن كنا نرى أن هذه البيانات والمعلومات تشكل الحد الأدنى من المعلومات والبيانات محل التزام المهنى بالإعلام، حيث يمكن أن يظهر بيانات أخرى يقررها الإتفاق أو يعتمدها العرف دون النص عليها فى القانون، ومن ثم يجب على المهنى أن يدلى بها وإلا عد مخلاً بالتزامه بالإعلام.

الشرط الثالث: جهل المستهلك بالمعلومات محل الالتزام بالإعلام:

يجب لقيام التزام المهنى بإعلام المستهلك بالبيانات والمعلومات أن يكون المستهلك "كدائن" جاهل "جهل مشروع" أى غير عالم بالبيانات أو

=الالتزام قبل التعاقدى بالإعلام فى عقد البيع، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٥، ص ٣٠. د. مصطفى أحمد أبو عمرو، المرجع السابق، ص ٥٩ – ٦٠. د. حسن عبد الباسط جميعى، المرجع السابق، ص ٢٦ وما بعدها.

(١) وتبقى فائدة الشروط العقدية الخاصة بالبيانات فى عقود الاستهلاك قاصرة على حالات استلزام الإدلاء ببيانات أو معلومات زائدة عن تلك التى يتطلبها المشرع، انظر، نص المادة رقم ٣، والمادة رقم ٤، والمادة رقم ٥، والمادة رقم ٦، والمادة رقم ١١ من قانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦. والمواد أرقام ١١، ١٣، ١٤، ١٥ من اللائحة التنفيذية لهذا القانون. راجع، د. خالد جمال أحمد حسن، المرجع السابق، ص ٢٩٠ وما بعدها. د. نزيه محمد الصادق المهدى، المرجع السابق، ص ٢٥٢، وما بعدها. د. مصطفى أحمد أبو عمرو، المرجع السابق، ص ٦٠، وراجع كذلك:

- Boyer, Thése, preciteé, p. 112.
- Cass. 1er. Ch. Civ. 13. juinin, 1967. Bull. Civ. J. N. 215.

المعلومات موضوع الالتزام، حيث أن إلزام المهنى بإعلام المستهلك بالبيانات المرتبطة بعقود الاستهلاك المزمع إبرامها أو بمواصفات المنتج أو كيفية الاستفادة منه والتعامل معه أثناء تنفيذ العقد، لا يعنى بحال من الأحوال الانحياز الكامل له على حساب الطرف الآخر. فالمبالغة فى محاباة المستهلك من شأنها أن تؤدى أيضاً إلى الإخلال بالتوازن العقدى المنشود[1].

وإن كان ذلك الشرط مثل سابقيه من الشروط لم يتطلبها المشرع صراحة فى نصوص قانون حماية المستهلك المصرى، إلا أنه يستفاد تطلبها ضمنياً حيث اعتماد المشرع لبيانات عدة فى نصوصه كحد أدنى من المعلومات، ولذلك فأن هذا الشرط يعبر عن هدف المشرع من حماية رضاء المستهلك، كما أنه يمكن أن يتصور قيام هذا الشرط عندما يتفق المتعاقدان على زيادة التزام المهنى بالإعلام من حيث البيانات بحيث يكون جهل المستهلك بهذه البيانات الزائدة شرطا لإعمال الالتزام بالإعلام التعاقدى بالبيانات.

وهذا مفاده أن المشرع قد أقام التزام المهنى بإعلام المستهلك بالبيانات والمعلومات على افتراض أن المستهلك جاهل بهذه البيانات والمعلومات محل الالتزام بالإعلام، ولذلك جعل المشرع من هذا الالتزام التزام عام فى جميع عقود الاستهلاك، وعليه فأنه يمكن للمهنى أن ينفى عن نفسه المسئولية عن الإخلال بالتزامه بالإعلام بالبيانات إذا أثبت أن المستهلك كان عالماً بهذه البيانات. فبالتالى لا داعى لأن ينفذ أو يقوم بإعلام المستهلك بالبيانات التى يعلمها الاخير.

وعن تحديد موضوع أو محل الالتزام بالإعلام سبق وأن أوضحنا أن الذى يقوم بتحديد هذا المحل – أى البيانات أو المعلومات – كحد أدنى منها ،هو

---

(١) د. مصطفى أحمد أبو عمرو، المرجع السابق، ص ٦٠ – ٦١. وراجع:
- MESTER (J.), D'une eigence de bonnefoi à un esprit de collaboration, R. T. D. civi. 1988. p. 41.

المشرع، حيث يحدد البيانات والمعلومات التي يلتزم بها المهني – كحد أدنى لها – وذلك نراه واضحاً في نصوص قانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ فى المواد أرقام ٣، و٤، و٥، و٦ منه والمواد أرقام ١١، ١٣، و١٤ من اللائحة التنفيذية له. وعليه نشرح أحكام هذا المحل ونحدد طبيعة الالتزام بالإعلام في الفقه و القضاء والقانون المقارن .

الغصن الثانى

محل وطبيعة الالتزام بالاعلام

أولاً: محل الالتزام بالإعلام:

بداية يجب أن نؤكد على أن الذى يتحمل بالالتزام بالإعلام هو المهني أو المحترف "المنتج، والمزود، المورد، المستورد ...الخ"، وذلك باعتباره الطرف الذى يمتلك الخبرة والمعرفة، والذى يلم بأمور التكنولوجيا والتطور الحادثان فى مجال المنتجات موضوع علاقات الاستهلاك، وبذلك فأن المدين بهذا الالتزام هو المهنى، أما الدائن ففى الغالب يكون هو المستهلك، ولكن مع ذلك فقد يكون شخص آخر غير المستهلك من أشخاص منظومة الاستهلاك هو الدائن، كما هو الحال فى التزام المهنى بإبلاغ جهاز حماية المستهلك بالعيوب التى تلحق بالمنتجات وأضرارها وغيرها من الحالات كما هو فى نص المادتين رقمى ٣، ٧ من قانون حماية المستهلك[1].

---

(١) هذا مع وجوب ملاحظة أنه يمكن اعتبار المستهلك مديناً بالالتزام بالإعلام بصفة عامة فى إطار مفهوم الاستهلاك، حيث أن القاعدة هى أن من يملك المعلومات المرتبطة بالعقد يلتزم بأن يفضى بها إلى الطرف الآخر إذا كانت لازمة لتنوير إرادته حتى ينعقد العقد صحيحاً، وإذا كان الفرض الغالب هو التزام المهنى أو المحترف بالإعلام باعتباره الطرف الأقوى من كافة النواحى وخاصة المعرفة وبيانات العقد، ومحله، إلا أن هذا لا يمنع من فرض الالتزام بالإعلام فى حالات معينة على عاتق المستهلك. ويتحقق ذلك فى حالة كونه يعلم ببعض البيانات أو المعلومات التى يجهلها المهنى والتى تؤثر فى قرار هذا الأخير بشأن التعاقد. ولعل عقد التأمين وعقد العلاج الطبى هما الاكثر فى الواضح لإلزام المستهلك بالإعلام بالبيانات والمعلومات سواء=

وفى شأن توقيت تنفيذ الالتزام بالإعلام، نجد أن الالتزام بالإعلام ينفذ فى صورته منه قبل إبرام العقد – كما هو الحال فى نص المادة رقم ٣، والمادة رقم ٦ من قانون حماية المستهلك المصرى، رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦، ويسمى هنا بالالتزام بالإعلام قبل التعاقدى، وفى صورته الأخرى ينفذ أثناء إبرام العقد أو أثناء تنفيذ العقد، ويسمى هنا الالتزام بالإعلام التعاقدى، ومثال ما ورد فى المادة رقم ٤، والمادة رقم ٧ من قانون حماية المستهلك المصرى، والالتزام بالإعلام فى صورته قبل العقدية يعنى أنه التزام يفرض على المهنى بإعلام المستهلك قبل التعاقد بما يجهله المستهلك من بيانات جوهرية مرتبطة بالعقد الاستهلاكى المزمع إبرامه – وفقاً للحد الأدنى من البيانات والمعلومات التى حددها المشرع – وذلك باستخدام اللغة والوسيلة الملائمة لطبيعة هذا العقد ومحله، وكله بهدف

=فى المرحلة السابقة على التعاقد أو فى مرحلة تنفيذ العقد. ولعل أهم البيانات التى يجب أن يدلى بها المستهلك أو على المؤمن له الإدلاء بها هى تلك المتعلقة بالخطر المؤمن منه، وذلك حتى يتمكن المؤمن "المهنى" من اتخاذ قرار التعاقد وهو على بينة من أمره، ويعتمد القضاء والفقه فى فرنسا وفى مصر هذا القول، حيث أن إلزام المؤمن له "أى المستهلك" بالإدلاء بالبيانات يعد المصدر الرئيسى، بل الوحيد لحصول المهنى "المؤمن" على المعلومات التى يتوقف عليها قراره بقبول إبرام عقد التأمين من عدمه، كما يتوقف على علم المؤمن بها أيضاً تحديد قيمة القسط المستحق كمقابل لتغطية الخطر محل التأمين. وهذا كله ينفى أن الأصل هو أن المؤمن "المهنى" هو المدين بالالتزام بإعلام المهنى المستهلك "المؤمن له" بالبيانات والمعلومات، وهذا إن كان يفيد فأنه يفيد أن هناك التزاماً تبادلياً بالإعلام بين طرفى عقد التأمين، حيث يحوز كلاً منها بيانات جوهرية وهامة يجهلها الطرف الآخر جهلاً مبرراً رغم دورها فى تنوير إرادته وتحديد قراره.

راجع. د. حسن حسين البراوى، التزامن المؤمن بالأمانة فى مرحلة إبرام العقد، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٥ – ٢٠٠٦، ص ٢٧ وما بعدها.

د. أشرف جابر، الاستبعاد الاتفاقى من الضمان فى عقد التأمين، دراسة مقارنة، بين القانون المصرى والفرنسى، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٦، ص ٧٤ وما بعدها.

د. عبد الحميد ثروت، حماية المستهلك فى عقد التأمين، دراسة مقارنة، دار أم القرى للطباعة والنشر، المنصورة، ٢٠٠٥ ص ١٧ وما بعدها.

- P. Fil, L'obligation d'information et de Conseil emmatiére d'assurance. P. u. Aix – Mariselle, 1996. p. 21.

تنوير إرادة المستهلك بما يكفل دقة قراره التعاقدى وكذلك صحة إرادته، أما الالتزام التعاقدى بالإعلام فأنه يعنى بضمان سلامة المستهلك وانتفاعه الكامل بالشئ أو المنتج محل التعاقد حيث تنوير إرادة المستهلك أو حمايته حال استعمال المنتجات محل الاستهلاك كما هو قائم بنص المادة رقم ٧ من قانون حماية المستهلك المصرى(١).

١ـ مضمون الالتزام بالإعلام:

يختلف مضمون الالتزام بالإعلام فى المرحلة السابقة على التعاقد عنه فى مرحلة إبرام وتنفيذ العقد. كما تختلف المعلومات والبيانات من قانون دولة لأخرى، كما أن آلية تنفيذه تختلف باختلاف نوعية عقود الاستهلاك، عقود الاستهلاك التقليدية، وعقود الاستهلاك الالكترونية حيث تلك التى تبرم عبر وسائل الاتصال الحديثة لا سيما شبكة الانترنت، أو تلك التى يكون موضوعها معاملة من المعاملات أو موضوعات تكنولوجيا المعلومات.

٢ـ مضمون الالتزام بالإعلام قبل التعاقدى:

فى القانون الفرنسى ورد النص على بيان المعلومات التى يجب على المدين بالالتزام بالاعلام "المهنى" الإدلاء بها لصالح الدائن "المستهلك" بما يؤدى إلى تنوير إرادة المستهلك حين إقدامه على إبرام العقد، ومن ثم تحقيق إعادة المساواة فى العلم بين المتعاقدين، وإعادة التوازن إلى العقد، وكان النص على ذلك فى كثير من القوانين منها قانون الاستهلاك حيث حماية المستهلك، وقانون حماية الثقة فى الاقتصاد الرقمى، وخاصة النصوص التى تحدد البيانات والمعلومات التى تشكل محلاً للالتزام بالإعلام. ونوضح ذلك بإيجاز فيما يلى:

---

(١) د. خالد جمال أحمد حسن، المرجع السابق، ص ٣٤ وما بعدها. د. محمد المرسى زهره، الحماية المدنية للتجارة الالكترونية مرجع سابق، ص ١٧٠. د. نزيه محمد الصادق المهدى، المرجع السابق، ص ٤٢ وما بعدها.

أـ المعلومات التى يستلزمها قانون الاستهلاك الفرنسى والتوجيهات الأوروبية:

نص المشرع الفرنسى فى المادة رقم L.111 – 1، والمادة رقم L. 111 – 2 من قانون الاستهلاك على البيانات والمعلومات التى يلتزم المهنى بالإدلاء بها فى المرحلة السابقة على التعاقد، والتى تتناول البيانات المتعلقة بخصائص السلع والخدمات موضوع نشاط المهنى(1)، حيث إلزام المهنى "بائع الأموال أى السلع" ومقدمى الخدمات بإعلام المستهلك قبل التعاقد بالبيانات المتعلقة بالخصائص الأساسية للمنتجات محل علاقة الاستهلاك، وتظهر أهمية هذه البيانات بصفة خاصة فى معاملات الاستهلاك الالكترونية حيث لا يتمكن

---

(1) وهذه المواد معدلة أخيراً بموجب القانون رقم ٥٨٣ لسنة ٢٠١٠ الصادر فى ٢٣ يوليو ٢٠١٠، حيث تضمنت فى فقراتهما التزاماً على المهنى بإعلام المستهلك بالبيانات التى أوردتهما، هذا مع ملاحظة أن قانون الأستهلاك الفرنسى تم تعديله كثيراً وكان آخر هذه التعديلات ذلك التعديل الحاصل فى عام 2010. وتفصيلاً لما ورد فى هذه النصوص نجد أن المشرع قد ضمن نص المادة رقم L. 111 - 1 التزاماً يقع على عاتق المهنى – قبل تعاقدى – تجاه المستهلك مفاده أن على المهنى الذى يقوم بالتعامل فى السلع خاصة بالبيع قبل التعاقد التزام بإعلام المستهلك بالخصائص الأساسية للمنتج موضوع علاقة الاستهلاك، كما ألزم المهنى الذى يصنع أو يستورد المنتجات، السلع أن يعلم من يتعامل معه من المهنيين بشأنها بتفاصيلها الفنية، وطرق وأساليب استخدامها والذين يلتزمون بدورهم بالإعلام قبل التعاقدى للمستهلكين عن مواصفات هذه السلع وطرق استخدامها، ويتحمل المهنى عبء إثبات أداءه لهذا الالتزام.
وفى المادة رقم L. 111 – 2 ما من قانون الاستهلاك ذاته، ألزم المشرع المهنى الذى يقوم بتقديم الخدمات للمستهلكين بأن يعلم المستهلك بالخصائص الأساسية للخدمة، وذلك سواء اكان هناك عقد أم لا، وعليه بالأخص أن يعلم المستهلك وبطريقة واضحة لا لبس فيها بالبيانات التى حددها المشرع والتى منها:
- اسم المورد "المنشأة" ووضعها وشكلها القانونى وموطنها وكافة التفاصيل التى تسهل اتصاله بالمستهلك و بسرعة .
- رقم القيد فى السجل التجارى للشركات وغيرها من البيانات منها القيد فى مؤسسات المصنفات.
- بيان التراخيص وبيان الجهات المانحة لهذه التراخيص.

وغيرها من البيانات ولا سيما تلك المتعلقة بالعلامات العقدية الدولية من حيث بيان القانون الواجب التطبيق على منازعات هذا العقد المزمع إبرامه، والقضاء المختص بنظر هذه المنازعات، وكذلك تلك المتعلقة بالعقود الالكترونية الاستهلاكية. انظر هذه النصوص قانون الاستهلاك الفرنسى وفقاً لآخر التعديلات الحادثة فى عام ٢٠١٠.

المستهلك من معاينة المنتجات محل التعاقد مباشرةً، بل يعتمد فى ذلك بصفة أساسية على تلك المواصفات والخصائص التى يعلن عنها المنتج أو المهنى. ولذا يرى البعض فى هذا الصدد أنه يجب من أجل تحقيق حماية فعالة للمستهلك فى هذه الحالة أن يعرض المهنى صوراً ثلاثية الأبعاد واضحة للمنتجات أو الأشياء، بما يتيح للمستهلك التعرف على السلعة من خلال شاشة الحاسب الآلى عبر شبكة الانترنت(١).

وألزم المشرع الفرنسى المهنى أيضاً بأن يعلم المستهلك – باعتباره التزام بالإعلام قبل التعاقد – بهويته أى هوية المهنى، حيث يعلم المستهلك باسمه ووسيلة الاتصال به، وإن كان المهنى شخص اعتبارى يجب بيان عنوانه بوضوح، وإن كان له عدة فروع لزم بيان المقر أو المركز الرئيسى، وعنوان الفرع المعني بعقد الاستهلاك، وقد قرر المشرع الفرنسى هذا البيان اعتماداً منه للتوجيه الأوربى رقم ٧ لسنة ١٩٩٧ بشأن حماية المستهلك فى البيع عن بعد، وحيث أكدت على ذلك المادة رقم ١٤/ ١/ أ، من هذا التوجيه، والتى تستلزم بيان هوية أو شخصية المهنى(٢).

ومن البيانات التى الزم بها المشرع الفرنسى المهنى فى الالتزام بالإعلام قبل التعاقد تجاه المستهلك نجد بيان سعر المنتجات محل التعاقد، حيث قررت المادة رقم 3 – L. 113 من قانون الاستهلاك بأن المهنى ملتزم بإعلام المستهلك بسعر السلعة أو الخدمة موضوع عقد الاستهلاك المزمع إبرامه، وهذا البيان من البيانات الأساسية أو الجوهرية فى البيانات والمعلومات موضوع

---

(١) د. مصطفى أحمد أبو عمرو، المرجع السابق، ص ١١٤ – ١١٥. د. سامح عبد الواحد التهامى، التعاقد عبد الإنترنت، دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية، المحلة الكبرى، ٢٠٠٨، ص ٢٧٢.

(٢) د. سامح عبد الواحد التهامى، التعاقد عبر الانترنت، مرجع سابق، ص ٢٧٤، وكذلك راجع د. أسامة أبو الحسن مجاهد، الوسيط فى قانون المعاملات الالكترونية، الكتاب الأول، المدخل لقانون المعاملات الالكترونية، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٧، ص ٢٦٤.

الالتزام بالإعلام قبل التعاقدى، وهدف كل ذلك تنوير إرادة المستهلك حيث يتأكد من معرفته لسعر المنتج وما إذا كان يتناسب مع الخصائص التى أحيط بها علماً ومع إمكانياته أم لا، ولكن يكون سعرها باهظاً يفوق قدرته المالية، وعندئذ لا مناص ولا مفر من إحجامه عن التعاقد بشأنها[1].

ويرتبط ببيان سعر المنتجات أيضاً ضرورة بيان مصاريف التسليم وأسلوب ومواعيد الوفاء بالثمن. وكذلك بيان ما إذا كان هذا السعر شاملاً للضرائب من عدمه. وذلك فضلاً عن تحديد العملة التى يقبل الوفاء بها[2]. وكذلك بيان بشأن من يتحمل مصاريف الاستلام ومقدارها ولا سيما فى البيع الالكترونى، والنص المنظم لهذه الأمور فى قانون الاستهلاك الفرنسى يعتمد بذلك التوجيه الأوربى لعام ١٩٩٧ الخاص بحماية المستهلك فى البيع عن بعد، حيث استلزام إعلام المستهلك بما يخص مصاريف تسليم المنتجات وبيان بمن يتحملها بالإضافة إلى بيان يخص كل ما يتعلق بسعر المنتج وكيفية تنفيذه.

ومن البيانات التى يتضمنها أيضاً التزام المهنى بالإعلام قبل التعاقدى للمستهلك شروط العقد المزمع إبرامه، حيث استكمالاً لتنوير إرادة المستهلك ألزم المشرع الفرنسي واعتماداً للتوجيه الأوربى، المهنى بإعلام المستهلك بشروط العقد، وذلك من حيث مراحل إبرامه وتنفيذه، وأسلوب التسليم وما يرد بالعقد من ضمانات وما إذا كانت هناك خدمة ما بعد البيع ستقدم للمستهلك من عدمه، أم لا، وكذلك مدة العقد حيث قد يكون العقد من عقود الخدمات ذات المدة المستمرة. وعامة ويجب حتى تتحقق الغاية من الإدلاء بهذه البيانات، وغيرها

---

(١) راجع د. مصطفى أحمد أبو عمرو، المرجع السابق، ص ١١٧، وانظر:

- Jean Calais – Auloy, op. cit. P. 7 et. P. 31 ets.
- Didier Ferrier, La protection des Consommateurs, op. cit. P 21 ets.

(٢) راجع د. هادى مسلم يونس البشكانى، التنظيم القانونى للتجارة الالكترونية، دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية، المحلة الكبرى، ٢٠٠٨، ص ٣١٨، وراجع، د. سامح عبد الواحد التهامى، التعاقد عبر الانترنت، مرجع سابق، ص ٢٧٥. وكذلك راجع، د. عمر محمد عبد الباقى، الحماية العقدية للمستهلك، مرجع سابق، ص ٢٥٥.

أن يكون المهني قد ألدى بها بشكل دقيق وواضح ومفهوم، فالإدلاء ببيانات مضللة أو خاطئة أو منقوصة أو عدم الإدلاء بها من الأساس من شأنه إثارة المسئولية المدنية للمهني، وقد يثير كذلك مسئوليته الجنائية متى توافرت شروطها[١].

وقد أورد المشرع الفرنسي على ما تقدم من بيانات يلتزم المهني بإعلام المستهلك بها قبل التعاقد عدة استثناءات قننتهم المادة رقم 20 – 121 .L من قانون الاستهلاك، حيث النص على الحالات التي لا يلتزم فيها المهني أو المورد بتبصير أو إعلام المستهلك والإدلاء له بالمعلومات والبيانات المذكورة آنفا، وقد تمثلت هذه الاستثناءات فيما يلي:

الحالة الأولى: حالة توريد سلع أو أموال استهلاكية في محل إقامة المستهلك أو مقر عمله متى كان سبق لهما التعامل في هذا الشأن، حيث يفترض هنا علم المستهلك بكل البيانات والمعلومات موضوع الالتزام بالإعلام ولا يجهلها بما يبرر عدم التزام المهني اعلامه بها.

والحالة الثانية: وهي حالة التعاقد بشأن خدمات الترفيه والنقل والمطاعم والفنادق وذلك فقط بشأن عقود الاستهلاك التقليدية وليست الالكترونية[٢].

ب- البيانات محل الإفضاء وفقاً لقانون الثقة في الاقتصاد الرقمي:

قام المشرع الفرنسي تفعيلاً لحماية المستهلك عامة وتحقيق حماية فعالة للمستهلك في المعاملات الاستهلاكية الالكترونية خاصة بتعديل الكثير من أحكام القانونين المدني والاستهلاك، حيث أصدر القانون رقم ٥٧٥ لسنة ٢٠٠٤ لتنظيم العقود الالكترونية، ومن ضمن ما نظمه في هذا القانون التزام المهني بالإعلام قبل التعاقدي في شأن عقود الاستهلاك الالكترونية، وذلك في نصوص

---

(١) راجع، د. مصطفى أحمد أبو عمرو، المرجع السابق، ص ١٢٠.
(٢) راجع. د. سامح عبد الواحد التهامي، التعاقد عبر الانترنت، مرجع سابق، ص ٢٨٢.

المواد أرقام ١٩، و٢٥/ ٢، حيث ألزم المهنى بأن يوفر على موقعه الالكترونى في بيانات واضحة يمكن معها للمستهلك أن يصل بسهولة إلى المهنى، وبما يعالج أى قصور فى الإعلام بشأن البيوع الالكترونية، وذلك كله اعتماداً أيضاً للتوجيه الأوربى رقم ٥ لسنة ٢٠٠٠ بشأن التجارة الالكترونية، وإلزام المهنى بإعلام المستهلك فى هذه المعاملات ببيانات معينة وذلك كالتزام قبل تعاقدى[١].

هذا ويلتزم المهنى بالإفصاح عن البيانات التى حددها المشرع الفرنسى فى نصوص هذا القانون سواء أكان المتعاقد مع المهنى مستهلكاً أم غير مستهلك، حيث يلتزم المهنى الذى يتعاقد الكترونياً بالإفصاح عن أو تحديد هويته لمن يتعاقد معه "مستهلك أو غير مستهلك"، حيث أنه يلتزم بجانب البيانات المتعلقة بشخصية المهنى عامة فى عقود الاستهلاك التقليدية يلتزم المهنى هنا بالإفصاح عن اسم البائع وطبيعته "شخص طبيعى أو معنوى" وعنوانه الالكترونى، وعنوان منشأته، ورقم هاتفه. وإذا كان هذا البائع أو المهنى تاجراً، وتوافرت فيه شروط القيد فى السجل التجارى أم لا فأنه ملزم بأن يفصح عن ذلك ويذكر بيانات القيد بالسجل التجارى وسجل الشركات من حيث رقمه ورأس ماله ومركز إدارته. وعليه كذلك أن يفصح عن رقم قيده الضريبى واسم وعنوان الجهة التى منحته ترخيص مزاولة المهنة أو النشاط متى كان نشاطه يتطلب الترخيص لمزاولته وإذا كان المهنى ممن ينضمون لنقابات مهنية فيجب عليه أن يفصح عن بيانات عضويته كالطبيب والمحامى والمهندس حيث الإفصاح عن بيانات هذه العضوية من حيث النقابة التى ينضم إليها واسمها ومسمى مهنته وأوصافها، وذكر القواعد القانونية التى تحكمها وكذلك الدولة التى منحته حق ممارسة المهنة التى يتعاقد بشأنها الكترونياً مع المستهلكين[٢].

---

(١) راجع د. أسامة أبو الحسن مجاهد، الوسيط فى قانون المعاملات الالكترونية، مرجع سابق، ص ٢٦٨ وما بعدها، وكذلك د. سامح عبد الواحد التهامى، المرجع السابق، ص ٢٨٣.

(٢) راجع، د. أسامة أبو الحسن مجاهد، المرجع السابق، ص ٢٦٩، وما بعدها، وكذلك راجع د. سامح عبد الواحد التهامى، المرجع السابق، ص ٢٨٥ وما بعدها. =

وقد تضمن التزام المهني بالإعلام قبل التعاقدى هنا أيضاً في عقود الاستهلاك الالكترونية بيان بشأن سعر المنتجات موضوع عقود الاستهلاك الالكترونية، وذلك وفقاً لنص المادة رقم ١٩/ ٢ من قانون الاقتصاد الرقمي الفرنسي، وهذا اعتماداً أيضاً لنصوص المرسوم الصادر في ١٩٨٧/١٢/٣ بشأن إعلام المستهلك بخصوص الثمن، حيث يحوى البيان الإعلام عن ذكر الثمن بشكل واضح وقاطع ومبيناً لما إذا كان إجمالياً أم شاملاً للضرائب والرسوم ومتضمناً لمصاريف ونفقات التعاقد والاستلام والتسليم أم لا؟[1].

وفي العقود التي تتم عبر الانترنت الزم المشرع المهني أيضاً بإعلام المستهلك ببيان عن الشروط العامة للعقود التي تتم عبر الانترنت من حيث الخطوات والمراحل واجبة الاتباع لإبرام العقد الكترونياً، ووسائل التقنية التي تسمح للمستهلك بذلك، واللغة التي يقترحها المهني على المستهلك في هذا الشأن، ووسائل حفظ العقد ووسائل التعرف الكترونياً على المهني والمعاملات الاستهلاكية عبر الانترنت والتعرف على القواعد المهنية والتجارية التي يخضع لها المهني عند اللزوم[2].

=

- J. Huet, Le Code Civil et Les Contrats éléctroniques, Contribution à L'ouvraye pour Le Bicentaire du Code civil, Université de Paris, II, Dalloz, 2. 2004: www.actoba.com.;. Dossier, "Loi pour La confionce dans L'economie unmerique: www.Foruminten ternet.org.P. 11 et s.

(١) د. أسامة أبو الحسن مجاهد، المرجع السابق، ص ٢٦٩. وكذلك راجع، د. مصطفى أحمد أبو عمرو، المرجع السابق، ص ١٢٥.

(٢) د. أسامة أبو الحسن مجاهد، المرجع السابق، ص ٢٧٠ – ٢٧١، وانظر نصوص المواد أرقام ٢٥ - II من قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي، الفرنسي، والمادة رقم ١ – L 1369 من قانون الاستهلاك المدني الفرنسي.
وكذلك راجع:

- J. Huet, Le code civil … op. cit. P. 16 ets.

جـ- وسيلة ووقت الإدلاء بالمعلومات والبيانات:

لا يكفى أن يفصح المدين بالالتزام بالإعلام قبل التعاقدى بالبيانات السابقة حتى تبرأ ذمته تماماً، وإنما يلزم بجانب ذلك أن يدلى بتلك البيانات أو المعلومات فى الوقت المحدد وبالوسيلة أو الكيفية التى رسمها المشرع.

وعن الية وسيلة الإدلاء بالبيانات والمعلومات، قرر المشرع الفرنسى واعتماد منه للتوجيه الأوربى على أنه يلتزم المهنى بأن يفصح عن البيانات و المعلومات بطريقة واضحة ومفهومة وظاهرة ،ومتى كانت ذات طابع تجارى، حيث أن المستهلك لا يمكنه الاستفادة من البيانات أو المعلومات التى يدلى بها المهنى أن لم تكن واضحة ومفهومة[1]، وأن تكون دائماً مكتوبة وان كان الغالب فى مصر و ينتهج نهجها استعمال الكتابة للاعلام.

وعلى ذلك فإن الوسيلة التى يجب أن يستخدمها المهنى "المدين" فى وصول المعلومات والبيانات إلى المستهلك هى الكتابة، حيث تطلب المشرع الفرنسى ذلك صراحة، وعلى أن يتم الإعلام بالبيانات والمعلومات بالكتابة الالكترونية متى كان العقد ذاته يتم إبرامه أو تنفيذه الكترونيا. ويلزم أن تكون الكتابة متاحة بوضوح على ذات الموقع الالكترونى الذى يبرم المهنى تعاقداته من خلاله حتى تحقق غايتها فى الإعلام ببيانات ومعلومات المعاملات الاستهلاكية ومحلها[2].

---

(١) راجع د. محمد حسن قاسم، التعاقد عن بعد، قرارات تحليلية فى التجربة الفرنسية مع إشارة لقواعد القانون الأوربى، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٥، ص ٤٠، وراجع كذلك د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٢٥٥، ود. مصطفى أحمد أبو عمرو، المرجع السابق، ص ١٢٧. وانظر المواد التالية فى القانون الفرنسى من المادة رقم L. 112 – 1 حتى المادة رقم L. 112 – 11 من قانون الاستهلاك الفرنسى، والمادة رقم L. 112. 8 قانون الاستهلاك الفرنسى، والتوجيه الأوربى، المادة رقم 4/2 من التوجيه رقم ٧ لسنة ١٩٩٧.

(٢) هذا ويجب على المدين "المهنى" أن يجعل من وصول المستهلك للبيانات والمعلومات أمراً ميسوراً بحيث توجد البيانات على الدعامة المناسبة بشكل دائم وواضح. كما يجب ألا يتكبد المستهلك المشقة ويتحمل الصعاب فى سبيل الوصول للمعلومات أو البيانات. ويعنى ذلك أن البيانات والمعلومات يجب أن تكون متاحة للمستهلك على ذات=

وعن وقت الإدلاء بالمعلومات والبيانات فإن الأمر يتضح فى أن هذا الالتزام ينفذ قبل التعاقد أى أن وقت الإدلاء بالمعلومات والبيانات يكون فى المرحلة السابقة على التعاقد – بوقت كافى حتى يفكر المستهلك – وذلك يعبر عن الالتزام بالإعلام فى صورته غير العقدية أو قبل العقدية، حيث لا تتحقق الغاية والحكمة من هذا الالتزام إلا قبل العقد بفترة كافية حيث إمكانية تنوير إرادة المستهلك، ومن ثم يجد الوقت الكافى للتفكير والتروى، ومن ثم فإن الإدلاء بهذه البيانات أو المعلومات بعد إبرام العقد تكون عديمة القيمة والفائدة بالنسبة للمستهلك(١).

وحرصاً من المشرع الفرنسى على تحقيق حماية فعالة للمستهلك فرض المشرع إتباع وسيلة معينة لتأكيد تنفيذ المدين "المهنى" لإلتزامه بالإعلام قبل التعاقدى بالبيانات والمعلومات، وهى الكتابة أى لا يمكنه إثبات تنفيذه إلا بالكتابة – حيث أن المستهلك مثلاً يوقع بأنه قد علم بهذه البيانات كما هو الحال فى حالات الإئتمان العقارى حيث يلزم توقيع المستهلك على العلم ببيانات اتفاق التمويل العقارى قبل إبرام عقد أو إتفاق التمويل العقارى(٢) – وعليه فإنه لا

=الصفحة التى يوجد عليها الإيجاب حتى تحقق هذه البيانات والمعلومات الغاية من استلزامها والإفصاح عنها، انظر فى ذلك:

- E. Wery et T. verbiest, “Le cadre juridique du Commerce éléctronique après L’odonnance du 23 août 2001. et Le projet de La Loi sur La Siciété d’information, www.Droit-Technologie. org.

وراجع كذلك، د. سامح عبد الواحد التهامى، المرجع السابق، ص ٢٩٠، وما بعدها.
د. مصطفى أحمد أبو عمرو، المرجع السابق، ص ١٢٧ وما بعدها.

(١) حيث نظمت المادة رقم L. 111. 1 من قانون الاستهلاك الفرنسى صراحة وقت الإدلاء بهذه المعلومات والبيانات حيث نصت صراحة فى هذا النص على أنه "على المهنى القيام بهذا الالتزام قبل إبرام العقد"، وكذلك الحال نجده فى نص المادة رقم L. 121. 8 من ذات القانون.

(٢) انظر فى تفاصيل ذلك د. الصغير محمد مهدى، النظام القانونى للتمويل العقارى، دراسة مقارنة فى القانون المدنى، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، ٢٠١٢، ص ٣٣٢ وما بعدها.

يمكن للمهنى إثبات تنفيذه لالتزامه بإعلام المستهلك بالبيانات إلا بالكتابة، وذلك سواء كان هذا الالتزام بمناسبة معاملة من معاملات الاستهلاك التقليدية – عقد استهلاك تقليدى – أو معاملة من معاملات الاستهلاك الالكترونية، ومن ثم تكون الكتابة كطريق إثبات هى الكتابة التقليدية للمعاملة الاستهلاكية التقليدية، وكتابة أو دعامة الكترونية لعقود الاستهلاك الالكترونية وذلك تنفيذاً للتوجيه الأوربى فى شأن حماية المستهلك فى التعاقد عن بعد(١).

كما أن من مقتضيات تحقيق الحماية الفعالة للمستهلك ومن ثم تحقيق أو تنفيذ الإلزام بالإعلام وجوب استخدام اللغة التى يفهمها المستهلك، وعلى ذلك أكد المشرع الفرنسى على ضرورة استخدام اللغة الفرنسية فى التعبير عن كل البيانات والمعلومات التى يقوم المهنى بالإعلام المستهلك به، حيث نصت على ذلك المادة رقم ٢ من القانون رقم ٩٤ – ٦٦٥ لسنة ١٩٩٤ والمسمى بقانون Toubon، والتى أوجبت استخدام اللغة الوطنية "الفرنسية" فى كل بيان يتم الإدلاء به للمستهلك سواء كان يتعلق بأوصاف المنتجات أو هوية المهنى أو أسلوب استعمال المنتجات أو تشغيلها والاحتياطيات والاحتفاظ بها ... الخ(٢).

=

- M. Denolin, La Nation du support durable dans Les Contrats à distance: une contrefaction de L'ecrit? Revue Guroppéenne de droit de Comsumation 4l 2000. P. 13 et s. P. 361 ets.

وراجع كذلك د. نبيل محمد أحمد صبح، حماية المستهلك فى التعاملات الالكترونية، دراسة مقارنة، مجلة الحقوق، مجلس النشر العلمى، جامعة الكويت، العدد ٢، السنة ٣٢، يونيو، ٢٠٠٨، ص ٢١٢ وما بعدها.

(١) انظر:

M. Denolin, La Nation du support durable dans Les Contrats à distance: une contrefaction de L'ecrit? Revue Europpénne de droit de Consummation 4/2000. P. 13 ets. P. 361 ets.

وراجع كذلك د. نبيل محمد أحمد صبح، حماية المستهلك فى التعاملات الالكترونية، دراسة مقارنة، مجلة الحقوق، مجلس النشر العلمى، جامعة الكويت، العدد ٢، السنة ٣٢، يونيو، ٢٠٠٨، ص ٢١٢ وما بعدها.

(٢) ويجب أيضاً استخدام تلك اللغة فى تحديد نطاق الضمان الذى يقدمه المهنى، وشروطه، وكذلك تدوين بيانات ما يصدره المهنى من فواتير أو مخالصات انظر:

- www.senat.fr/rap1105-0271/105-027htm. =

ثانياً: طبيعة الالتزام بالإعلام:

لا شك أن طبيعة الالتزام بالإعلام تلقى بظلالها على أحكامه القانونية، ومن ثم أيضاً على الجزاء واجب التطبيق في حالة الإخلال به. والواقع أن أهمية البحث في تلك الجزئية تتأتى من كون هذا الالتزام قد يجد مجاله في المرحلة السابقة على التعاقد من أجل تنوير إرادة المستهلك لكي تصدر الإرادة عنه صحيحة. كما قد يفرض على المهني في مرحلة تنفيذ العقد بهدف ضمان سلامة المستهلك وتمكينه من الانتفاع بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد[1].

ومن الثابت أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي هو التزام ذو طبيعة قانونية أي نصية، بمعنى أن الذي فرضه وحدد موضوعه هو المشرع في نصوصه، كما أن المشرع هو الذي يحدد الجزاءات التي تطبق عليه في حالة الإخلال به. كما أن المشرع أحياناً يفرض الالتزام بالإعلام أيضاً في مرحلة تنفيذ العقد، حيث التزام المهني بالإدلاء ببعض البيانات خاصة تلك المتعلقة بكيفية استعمال المنتجات أو الاحتفاظ بها، وما يلزم في هذا الشأن من احتياطات. وفي هذه الحالة يظل الالتزام بالإعلام محتفظاً بطبيعته القانونية وإن ارتبط بمرحلة التعاقد إبراماً أو تنفيذاً على أن الإخلال بهذا الالتزام يعد في ذات الوقت إخلالاً بالتزام عقدي أيضاً. هذا وقد يشترط الدائن "المستهلك" في عقد من عقود الاستهلاك على المهني "المدين" بأن يدلي له ببعض البيانات والمعلومات وعندئذ يكون الالتزام بالإعلام الناشئ عن هذا الاتفاق متمتعاً بالطابع الاتفاقي أو التعاقدي[2].

=وراجع كذلك، د. محمد حسن قاسم، المرجع السابق، ص ٤١ وما بعدها. وكذلك راجع د. أسامة أبو الحسن مجاهد، المرجع السابق، ص ٧٥.

(١) راجع د. مصطفى أحمد أبو عمرو، المرجع السابق، ص ٦٦.

(٢) راجع د. مصطفى أحمد أبو عمرو، المرجع السابق، ص ٦٧، وقارن د. أحمد محمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، مرجع سابق، ص ١٦٨ وما بعدها.

ومفاد ما تقدم أن هناك نوعين من الالتزام بالإعلام، الأول ينشأ قبل العقد ويسمى الالتزام بالإعلام قبل التعاقدى، والثانى ينشأ خلال مرحلة تنفيذ العقد أو إبرامه، ويسمى بالالتزام بالإعلام التعاقدى. وعلى ذلك فأننا نرفض من يرى أن الالتزام بالإعلام فى صورتيه ذات طبيعة واحدة أياً كان سنده لأن فى ذلك إنكار لذاتية و وجود الالتزام بالإعلام بالبيانات والمعلومات قبل التعاقدى، وهو ذو طيعة قانونية أى نصية، بينما الآخر فهو ذات طبيعة عقدية، كما أن من التساؤلات التى تدور حول هذه الالتزامات هو السؤال حول ما إذا كانت تعبر عن التزام ببذل عناية أم أنها تعبر عن التزام بتحقيق نتيجة[1].

وقد أنقسم الفقه فى شأن بيان الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام من حيث كونه التزام بتحقيق نتيجة أم التزام ببذل عناية فى مجال حماية المستهلك إلى فريقين، حيث ذهب الأول منهم إلى القول بأن التزام المهنى بإعلام المستهلك، خاصة فى العقود التى ترد على الأشياء الخطرة هو التزام بتحقيق نتيجة، وهذا الاتجاه منتقد بانتقادات كثيرة، من أهمها أنه ينشئ معياراً جديداً

---

(١) انظر فى كل ذلك، د. محمد المرسى زهرة، الحماية القانونية للمستهلك، مرجع سابق، ص ٤١ وما بعدها. د مصطفى أحمد أبو عمرو، المرجع السابق، ص ٦٧ وما بعدها، د. محمد حسين منصور، النظرية العامة للالتزام، مصادر الالتزام، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٥، ص ١٧. د. نبيل إبراهيم سعد، النظرية العامة للالتزام، مصادر الالتزام، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٤، ص ١٥.

- G. Dury, Nature de La responsabilité de La violation de L'obligation de conseil, R. T. D. civ. 1981. p. 150. ets.
- J. Flour, J. L. Aubert et E. Savaux, "Droit civil, Les obligations, I, L'acte Juridique, 9é eme, éd. A. Colin, 2000. p. 26 ets.
- Frossard, "La distinction des obligation de Moyens et des obligation de resultat, L. G. D. J. 1965.
- Plãncquee L, obligations de moyens, obligations de résultat, R. T. D. Civ. 1972. P. 33 ets.
- F. Maury, "Réflictions sur La distinction entr obligations des Moyens et obligations des Moyens et obligation de résultat, Revue. Rech. Jruid, 1998. I. P. 1243.

لتحديد طبيعة الالتزام العقدى يعول على جدوى الالتزام بالنسبة للدائن مخالفاً بذلك المعايير التى استقر عليها الفقه والقضاء فى هذا الصدد[1].

بينما ذهب الفريق الثانى وهو الراجح إلى أن الالتزام بالإعلام هو تطبيق للالتزام ببذل عناية، حيث أنه وفقاً لمعيار احتمالية النتيجة، فإن المعلوم أن كل ما عليه هو الإدلاء بالبيانات أو المعلومات وفقاً للقانون، ولكنه لا يضمن اهتمام الدائن بها أو فهمه لها واستفادته الفعلية منها فذمة المدين تبرأ إذاً بمجرد إعلامه الدائن "المستهلك" بما يلزم من معلومات لتنوير إرادته قبل التعاقد أو لضمان سلامته حال تنفيذ العقد. وقد أكد القضاء الفرنسى فى العديد من الأحكام الصادرة عنه على اعتبار الالتزام بالإعلام التزاماً ببذل عناية. وعليه فإن الالتزام بالإعلام وفق الأصل هو التزام ببذل عناية ولا يوجد ما يمنع أن يكون التزاماً بتحقيق نتيجة خاصة فيما يخص الالتزام التعاقدى بالإعلام الذى يجد مجال تطبيقه فى مرحلة تنفيذ العقد[2]. وهذا يعنى أن المهنى يبذل عناية الشخص المعتاد – أى المهنى المتوسط الحرص – فى تنفيذ التزامه بالإعلام بحيث تبرء ذمته من التزامه إذا نفذه وفق هذه العناية ولو أهمل المستهلك أو الدائن بالالتزام فى الاستفادة من هذه البيانات أو المعلومات[3].

---

(١) انظر د. جابر محجوب على، ضمان سلامة المستهلك من أضرار المنتجات، مرجع سابق، ص ٢٧٥ وما بعدها. وكذلك د. ميرفت ربيع عبد العال، الالتزام بالتحذير فى عقد البيع، مرجع سابق، ص ١٤٣، وما بعدها.

(٢) حيث أنه يجوز للأطراف أن يتفقا على تحويل الالتزام بالإعلام من التزام ببذل عناية إلى التزام بتحقيق نتيجة والعكس صحيح بما لا يخالف القانون ولا يخرج عن النظام العام والآداب. هذا ويختلف الالتزام بإعلام المستهلك من طبيعته عن الالتزام بضمان مطابقة المبيع. راجع د. ميرفت ربيع عبد العال، المرجع السابق، ص ١٤٦ وما بعدها. وراجع د. جابر على محجوب، المرجع السابق، ص ٨١، وكذلك راجع، د. مصطفى أحمد أبو عمرو، المرجع السابق، ص ٧٥ وما بعدها، وانظر أحكام القضاء الفرنسى التالية:

- Cass. Civ. 1e, ch. Cit. 23 avril, 1985, D. 1985. p. 558: Note. S. Dion. Cass. Com. 11 Juin, 1985, R. t. V. Civ. 1988. obs. J. mestre. Cass. Civ. 13 Mai 1986. J. C. P. 1986, I. V. p. 208. Cass. Civ. 17 Mars. 1974. Gaz. Pal. 1974. L. P. 417.

(٣) راجع د. مصطفى أحمد أبو عمرو، المرجع السابق، ص ٧٧.

ووفقاً لما سبق من تحديد للطبيعة القانونية لالتزام المهني بإعلام المستهلك خاصة – الالتزام بالإعلام قبل التعاقدى – نجد أن محله يتضمن شقين أولهما سلبى، والثانى إيجابى، والشق السلبى من الالتزام بالإعلام يعنى عدم كتمان الحقيقة عن المستهلك أى الامتناع عن الكتمان، خاصة وأن المستقر عليه فى الفقه والقضاء فى مصر وفرنسا أن الكتمان يعتبر أحد وسائل التدليس، والتدليس بشكليه السلبى "الكتمان" أو الإيجابى "اللجوء إلى الطرق الاحتيالية" يؤدى إلى تعييب رضاء المستهلك "المتعاقد"، ويتيح للمدلس عليه "المستهلك" المطالبة بإبطال العقد(١). والشق الإيجابى من الالتزام بالإعلام فهو يتصل بالإدلاء بالبيانات والمعلومات المتعلقة بوضع الشئ أو الخدمة من الناحيتين القانونية أو المادية ثم تلك المتعلقة باستخدام الشئ أو الخدمة محل عقد الاستهلاك(٢). وهذا الالتزام تأكد استقلاله عن غيره من الالتزامات الأخرى فى كثيراً من أحكام القضاء الفرنسى(٣).

---

(١) راجع د. حسن عبد الباسط جميعى، المرجع السابق، ص ٢٥ – ٢٦.

- Boyer, Thése, op. cit., p. 28.

(٢) راجع، د. حسن عبد الباسط جميعى، المرجع السابق، نفس الموضع.

- Boyer, Thése, op. cit. p. 28.
- Gross, La Notion d'obligation de garantie clans Le droits, des contrats, Thése, Paris, L. G. D. J, 1963, P. 167 et s.

(٣) حيث قضت محكمة النقض الفرنسية بمسئولية المنتج والبائع عن الإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقدى للمستهلك عن خطورة الشئ المبيع وكيفية تفاديها فى حالات كثيرة، انظر:

Cass. Civ. 31 Janv, 1973, Bul. Civ. 1973, I. N° 40, P. 36. Cass. Civ. 28 Mars, 1968, Bull. Civ. 1968. P. 88. Cass. Com. Nov. 1963. D. 1964. 106. obs. Coknu. Cass. Civ. 15, Nov, 1974. Bull. Civ. I. No. 46, P. 215. Cass. Civ. 28. Mars, 1968, Precit. Cass. Com. 15 Juin. 1976. D. 1976. IR. 288. Cass. Civ. 14 déc, 1982, Bull, I, No 362, R. T. D, Civ., 1983, P. 544. obs. Durry.

الغصن الثالث

جزاء إخلال المهنى بالالتزام بالإعلام قبل التعاقدى

لم يقرر المشرع الفرنسى فى التنظيم القانونى للاستهلاك جزاءات مباشرة لإخلال المهنى بالتزامه بإعلام المستهلك بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالمنتجات موضوع الاستهلاك وعلاقاته، وكذلك الحال فى مصر. ومع ذلك فأنه فيما عدا بعض الحالات التى نظم فيها القانون الجنائى جزاء كتمان المعلومات أو عدم الإدلاء بها باعتبارها حالات الغش أو التدليس المعاقب عليه جنائياً، وكذلك فيما عدا ما قد يقرره المشرع فى قانون الاستهلاك من عقوبات جنائية لمخالفة كثيراً من أحكامه، نلاحظ أن المشرع لم يهتم بتنظيم الجزاءات المدنية المترتبة على الإخلال بالالتزام بإعلام المستهلك فى المرحلة السابقة على التعاقد لذلك يجب البحث عن الجزاء المدنى الذى قد يترتب على الإخلال بالالتزام الإعلام قبل التعاقدى فى النصوص العامة والخاصة.وذلك كما يلى:

أولاً- الجزاء الجنائى:

يتيح القانون الجنائى "وقانون الاستهلاك أيضاً" فى مصر وفرنسا معاقبة المنتج أو الموزع "أى المهنى" بعقوبة جنائية – غالباً ما تكون الغرامة – متى شكل سلوك المهنى هذا "المخالف" لالتزامه بالإعلام قبل التعاقدى تجاه المستهلك جريمة جنائية، حيث بالإضافة إلى إمكان العقاب على جريمة النصب إذا توافرت أركانها فأن الكتمان للمعلومات أو البيانات أو عدم الإدلاء بها يعاقب عليه إذا أدى إلى غش المتعاقد الآخر أو التدليس عليه.

والقانون الفرنسى الصادر فى أول أغسطس عام ١٩٠٥، والخاص بقمع الغش والتدليس، والقانون الفرنسى الصادر فى ١٠ يناير ١٩٨٧ المتعلق بتوفير الحماية وإعلام المستهلكين، وأخيراً قانون الاستهلاك وفقاً لأحدث تعديلاته، قد نظم الجزاءات الجنائية على مخالفة المهنى لأحكامه والتزاماته،

والتى منها بلا شك احكامه المنظمة لالتزام المهنى بإعلام المستهلك وتنظيم الجزاءات الجنائية على مخالفته ولم ينظم الجزاءات المدنيةبشأنها. ولعل المشرع المصرى تبع نفس المنهج الفرنسى فى تنظيمه القانونى، ولا سيما قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦، حيث العقوبة الجنائية المتمثلة فى الغرامة المالية وفق نص المادة رقم ٢٤ من هذا القانون، بالإضافة إلى التنظيم القانونى المجرم لأفعال تصدر عن المهنى تضر بالمستهلك كما هو فى القانون رقم ٥٧ لسنة ١٩٣٩ وتعديلاته حيث تنظم العلامة التجارية وتجريم التعدى عليها[١].

ثانياً. الجزاء المدنى:

الالتزام بالإعلام محل هذا الشرح هو إلتزام قبل تعاقدى يتعلق بتنوير إرادة المستهلك حتى يقوم على التعاقد عالماً بظروف المتعاقد والتعاقد وخصائص الشئ أو المنتج أو الخدمة محل العقد. لذلك فإن الإخلال بهذا الالتزام يؤثر على رضاء المتعاقد "المستهلك" بما يؤدى إلى تعييب الإرادة. ويؤدى خطأ المدين بهذا الالتزام "أى المهنى" أيضاً إلى قيام مسئوليته المدنية فى حالة حدوث ضرر للمستهلك نتيجة هذا الخطأ، وبذلك فإن الجزاءات المدنية تدور حول مطالبة الدائن "المستهلك" بإبطال عقد الاستهلاك لوقوعه فى غلط أو تأسيساً على أنه كان ضحية تدليس أو سلوك خادع من المهنى، وبصفة خاصة فى حالة البيع قد يطلب المشترى "المستهلك" إبطال العقد اعتماداً على

---

(١) حيث أن القانون الجنائى المصرى قد فرض الكثير من الجزاءات الجنائية لحماية المستهلك خاصة حماية مصلحة المستهلك فى توفير السلع والمنتجات، وتنظيم تداولها وتوزيعها، وأيضاً حماية مصلحته فى تنظيم أسعار السلع والمنتجات والحصول عليها دون غش فى المقدار أو فقدان الثقة فيها، وكذلك حماية مصلحته فى الحصول عليها دون خداع أو غش وأخيراً أحكام التجريم والمسئولية الجنائية بموجب قوانين مختلفة، انظر فى تفاصيل كل ذلك، د. أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك فى القانون المصرى والفرنسى والشريعة الإسلامية، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، ٢٠٠٥، ص ٦٧ وما بعدها. وص ١٤٨ وما بعدها.

نص المادة رقم ٤١٩ من القانون المدنى، حيث عدم العلم بالشئ المبيع – العلم الكافى النافى للجهالة بالمبيع وأوصافه الأساسية -. وقيام المسئولية المدنية للمهنى هنا نتيجة إخلاله بالتزامه بإعلام المستهلك هو مسئولية تقصيرية – حيث وجوب دفع التعويض للمستهلك تضميناً لما أصابه من ضرر نتيجة إخلال المهنى بالتزامه بالإعلام – حيث أن الالتزام بالإعلام هنا التزام قبل تعاقدى[1].

الفرع الثالث

تنظيم قانون الاستهلاك المصرى للالتزام بالاعلام

تمهيد :

فى مصر، حيث تنظيم المشرع المصرى لالتزام المهنى بإعلام المستهلك، نجد أن المشرع قد قرر بموجب نص المادة رقم ٣ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦، التزاماً عاماً بالإعلام يقع على عاتق المهنى "المنتج والمستورد" بأن يعلم الكافة وخاصة المستهلك ببيانات المنتج موضوع علاقات الاستهلاك من خلال تضمين المنتج ذاته البيانات الضامنة لتعريفه بصرف النظر عما إذا كانت هناك علاقة استهلاكية من عدمه[2]. كما أن

---

(١) راجع د. حسن عبد الباسط جميعى، المرجع السابق، ص ٣١، وما بعدها. وكذلك راجع د. نزيه محمد الصادق المهدى، المرجع السابق، ص ٢٦٠ وما بعدها. وكذلك راجع، د. أحمد محمد محمد الرفاعى، المرجع السابق، ص ١٩٥ وما بعدها.

- ALISSE, Thèse, op. cit., p. 177 ets.
- Boyer, Thése, op. cit. p. 33 et s.

(٢) حيث فرض المشرع فى نص المادة رقم ٣ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ التزام بالإعلام على عاتق المهنى "المنتج والمستورد" تجاه الكافة سواء اذا ما كان سوف يرتبط بالمستهلك بعلاقة عقدية استهلاكية أم لا، بأن يضع على المنتج ذات البيانات الكافية بتعريف المستهلك به، وهذا يعتبر التزام قبل تعاقدى متى كان المستهلك يسعى أو يحاول أن يقدم على إبرام عقد مع المهنى، وهذا الالتزام يعد ذو طبيعة قانونية أى التزام قانونى مصدره نص القانون، ولذلك يلتزم المهنى فى مواجهة الكافة بأن يوفر فى ذات المنتج "السلع أو الخدمة" وباللغة العربية البيانات التى تفرضها المواصفات القياسية المصرية، وأى قانون آخر واللائحة التنفيذية لقانون حماية=

المشرع قرر أيضاً التزاماً بالإعلام قبل التعاقدى على عاتق المهنى تجاه المستهلك وذلك وفق ما أتت به المادة رقم (٤) من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦، حيث يجب على المهنى "المورد" أن يفصح عن هويته للمستهلك ،و ذلك ايضا من خلال تضمين جميع المراسلات والمستندات والمحررات التى تصدر عن المهنى فى تعامله أو تعاقده مع المستهلك – بما فى ذلك المحررات والمستندات الالكترونية – البيانات والمعلومات التى من شأنها تحديد شخصية المهنى، وخاصة بيانات قيده فى السجل الخاص بنشاطه وعلاقته التجارية إن وجدت.

وكذلك فرض المشرع التزاماً على المهنى "المورد، والمعلن" بإعلام المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه، وتجنب ما قد يؤدى إلى خلق إنطباع غيز حقيقى أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه فى خلط أو غلط. وهذا يعبر عن أن موضوع الالتزام بالإعلام أو محله ذو شقين كما أسلفنا، الأول شق سلبى، وهو عدم كتمان الجقيقة عن المستهلك، والشق الثانى وهو إيجابى ويتصل بالإدلاء بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالمنتج أى بوضعه من الناحيتين المادية والقانونية، وكذلك تلك المتعلقة باستخدام الشئ "السلعة أو الخدمة" محل علاقة أو عقد الاستهلاك. ومع ذلك وفى هذا الإطار أعفى المشرع المعلن من المسئولية عن الإعلان الكاذب أو المضلل متى كانت المعلومات التى تضمنها الإعلان فنية يتعذر على المعلن التأكد من صحته، وكان المورد قد أمده بها[1].

=المستهلك، وذلك بهدف تنوير إرادة المستهلك، وذلك يكون بطريقة واضحة، تتماشى مع طبيعة كل منتج وطريقة الإعلان عنه أو عرضه أو التعاقد عليه، ولقد أوضحت اللائحة التنفيذية لهذا القانون بالمادة رقم ١١ منها البيانات الواجب توافرها على المنتج أى التى يلتزم المهنى بالإعلام بها، وكذلك أيضاً فى المادة رقم ١٣ من ذات اللائحة.

(١) وقد اوضح المشرع المقصود بالسلوك الخادع فى نص المادة رقم ١٦ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك ، حيث قرر متى يكون السلوك خادع ومتى يكون الإعلان خادع.

وكان المشرع قد قرر أيضاً الالتزام بالإعلام على المهنى بصفة خاصة فى البيع بالتقسيط حيث حاجة المستهلك "المشترى الائتمانى هنا" لحماية أكبر، لأنه أصلاً بحاجة إلى التمويل اللازمة لشراء السلعة فلذلك يلجأ للائتمان الاستهلاكى حيث البيع بالتقسيط، وليس فى حاجة للسلعة فقط، ولهذا كانت البيانات تدور أيضاً حول الائتمان الممنوح من حيث مقدار القسط، ومدة القسط، والفائدة وغيرها وفقاً لنص المادة رقم ١١ من قانون حماية المستهلك.

وفى ضوء ما تقدم تتأكد حقيقة الإقرار التشريعى لالتزام المهنى "المنتج، المورد، الموزع، المعلن، المستورد ...إلخ" بإعلام المستهلك – إعلام قبل تعاقدى – بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالمنتج موضوع علاقة الاستهلاك، وبالمهنى، وبظروف التعاقد، وذلك وفق أحكام قانون حماية المستهلك ولائحته التنفيذية، وعليه نتناول فيما يلى بالشرح أحكام هذا الالتزام من خلال عرض صوره كما يلى :

الفصل الاول

الالتزام بالإعلام بالبيانات الواقع على عاتق "المنتج، والمستورد، ، اوالمورد"

فرض المشرع المصرى فى المادة رقم ٣ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ التزاماً على المهنى "المنتج، والمستورد بحسب الأحوال" بإعلام المستهلك، وذلك من خلال طريقة أو آلية معينة، وهى قيام المهنى بوضع بيانات المنتج وخصائصه وخلافه على المنتج ذاته، وذلك باللغة العربية، وبشكل واضح تسهل قراءته، وبما يحقق تنوير لإرادة المستهلك، تعلمه بحقيقة المنتج، وبما يتماشى مع طبيعة المنتج، حيث تحقيق التوازن فى المعرفة بين المهنى "المنتج، والمستورد"، والمستهلك، وبما يحقق او يعيد التوازن للعلاقة العقدية موضوع الاستهلاك إن كانت هذه العلاقة استهلاكية عقدية إعمالاً لفكرة حماية المستهلك. ونوجز فيما يلى تفصيل هذه الصورة من الالتزام بالإعلام:

أولاً- أطراف هذا الالتزام:

المدين بالالتزام بالإعلام وفقاً لنص المادة رقم ٣ من قانون حماية المستهلك هنا كمهني - اى وفق مفهوم المورد فى هذا القانون - هو، المنتج، والمستورد بحسب الأحوال، أى بحسب ما إذا كان الذى يتعامل على المنتج فى سوق الاستهلاك هو من انتجه ،اى المنتج فأنه يكون هو المدين بهذا الالتزام، أما إذا كان القائم بالتعامل على هذا المنتج هو من أستورده أى المستورد فأنه يكون هو المدين بالالتزام بإعلام المستهلك ببيانات هذا المنتج. بينما المدين بالالتزام بالإعلام وفق نص المادة رقم ٦ من قانون حماية المستهلك هو المنتج أو المعلن بحسب الأحوال. والدائن بالالتزام بالإعلام وفق نص المادة رقم ٣ من قانون حماية المستهلك يبدو للوهلة الأولى بأنه المستهلك وحده، ولكننا نرى أن الدائن هنا إلى جانب المستهلك، هو كل شخص يكون له المصلحة فى المعرفة بأمور أو بيانات المنتج المذكورة فى النص وقد يضار نتيجة عدم إعلامه بها، وغالباً ما يكون الدائن هو المستهلك، ولكن الدولة تعد أيضاً دائناً بهذا الالتزام بالإعلام ،وهو التزام عام يقع على عاتق المهنى "المنتج والمستورد" بصرف النظر عن اى أمر آخر.

ويلاحظ أن مخالفة هذا الالتزام يعد جريمة جنائية يعاقب عليها القانون بالغرامة الجنائية المالية على المهنى "المنتج أو المستورد" وفقاً لنص المادة رقم ٢٤ من قانون حماية المستهلك ودائماً يكون المستهلك هو الدائن فى هذا الالتزام متى كانت هناك مجال لقيام علاقة من علاقات الاستهلاك – أى عقد استهلاك مثلاً بينه وبين المهنى، أى "المنتج أو المستورد" المدين بهذا الالتزام -، وهو التزام قبل تعاقدى، ويكون أحياناً تعاقدياً متى كان قائماً باتفاق المتعاقدين المهنى، والمستهلك، ويكون للمستهلك الحق فى التعويض متى أصابه ضرر جراء إخلال المدين "المهنى المستورد أو المنتج" بالتزامه بالإعلام قبل التعاقدى، ويلاحظ أن الدائن فى الالتزام بالإعلام الواقع على

المهنى بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه المنصوص عليها فى المادة السادسة من هذا القانون،دائما هو المستهلك ، والمدين به دائما هو المهنى "المورد، والمعلن"، وتنطبق على هذه الصورة من الالتزام ما ينطبق من احكام على تلك القائمة بالالتزام بالإعلام وفق المادة رقم ٣.

ثانياً محل التزام المنتج أو المستورد بالإعلام:

ألزم المشرع المهنى "المنتج، أو المستورد بحسب الأحوال" بإعلام المستهلك أو الكافة بالبيانات التى توجبها المواصفات القياسية المصرية أو أى قانون آخر و الواردة فى اللائحة التنفيذية لهذا القانون بما يحقق الهدف من الالتزام بالإعلام قبل التعاقدى، حيث أنه وفقاً لنص المادة رقم ٣ من قانون حماية المستهلك، و المادة رقم ١١ من اللائحة التنفيذية لهذا القانون يجب على المنتج أو المستورد بحسب الأحوال أن يضع علي المنتج كل أو بعض البيانات التالية، وذلك حسب طبيعة كل منتج وطريقة الإعلان عنه أو عرضه أو التعاقد عليه وفقاً للمواصفات القياسية الحصرية:

١- اسم السلعة.
٢- بلد المنشأ.
٣- اسم المنتج أو المستورد واسمه التجارى وعنوانه وعلامته التجارية إن وجدت.
٤- تاريخ الإنتاج ومدة الصلاحية.
٥- شروط التداول والتخزين وطريقة الاستعمال.
٦- الأنواع والسمات والأبعاد والأوزان والمكونات.

ويصدر الوزير – أى وزير التجارة والصناعة – قراراً بقائمة المنتجات التى يكتفى فيها ببيان أو أكثر من البيانات المشار إليها. وهذه البيانات بذلك تشكل حداً أدنى من البيانات التى يجب على المهنى "المنتج أو المستورد" الإدلاء بها كمحل لالتزامه بإعلام المستهلك، وذلك من خلال قيام المنتج

بوضعها على المنتج ذاته وذلك بما يتماشى وطبيعة المنتج وظروفه المختلفة، وطريقة عرضه والإعلان عنه وغيرها وذلك باعتباره التزام بالإعلام قبل تعاقدى.

وتنظم ذلك الالتزام أيضاً المادة رقم ١٣ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك، حيث يقوم المنتج أو المستورد كمهنى بوضع البيانات المحددة سلفاً على المنتج ذاته، وذلك بشكل ظاهر وواضح تسهل قراءتها، وعلى النحو الذى يتحقق به الغرض من وضع تلك البيانات، وهو تنوير إرادة المستهلك، وإعادة المساواة فى العلم بين المهنى "المنتج، والمستورد" والمستهلك كأطراف فى عقد الاستهلاك المزمع إبرامه، وإعادة التوازن لهذا العقد إن أبرم، وذلك حسب طبيعة كل منتج وطريقة الإعلان عنه حسب طريقة عرضه والتعاقد عليه، وذلك كله وفقاً للمواصفات القياسية المصرية، ويجب أن تكتب هذه البيانات باللغة العربية، ويجوز كتابتها بلغتين أو أكثر على أن تكون إحداهما اللغة العربية.

كما يجب أن تكتب هذه البيانات بطريقة يتعذر إزالتها، وأن تكتب على المنتج ذاته – أى على السلعة ذاتها – فإذا استحال ذلك فيجب كتابتها على بطاقات تلصق على المنتج أى السلعة أو على عبوتها.

كما أن المشرع ألزم المهنى "مقدم الخدمة" بإعلام المستهلك ببيانات الخدمة التى يقدمها، ومميزاتها وخصائصها بطريقة واضحة، حيث تحقيق التوازن فى المعرفة بما يؤدى إلى حماية المستهلك.

وعن مضمون التزام المهنى "المورد" بإعلام المستهلك بالبيانات والمعومات قبل التعاقد نجده فى نص المادة الرابعة من قانون حماية المستهلك حيث النص على إلزام المورد "المهنى" بالإفصاح عن هويته حتى يتحقق المستهلك من شخصية المهنى "المورد" خاصة فى التعاقد عبر الوسائط الالكترونية أى فى العقود الالكترونية، ونص المشرع فى ذات المادة على أن

المورد ملتزم بأن يقوم بوضع كافة البيانات التى من شأنها تحديد شخصيته على جميع المراسلات والمستندات والمحررات، والفواتير التى تصدر عنه فى تعامله أو تعاقده مع المستهلك بما فى ذلك المحررات والمستندات الالكترونية، ومن هذه البيانات – أى خص المشرع منهما بالذكر – نجد، أسم المورد ولقبه وعنوانه، وموطنه المختار فى جمهورية مصر العربية إن كان أجنبياً، وأرقام هواتفه. وإذا كان المورد شخصاً اعتبارياً فيجب ذكر اسم الكيان وعنوان المركز الرئيسي للمنشأة، وأرقام هواتفها، وعنوان الفرع فى حالة صدور التعامل أو التعاقد عنه، وأرقام هواتفه. ورقم السجل التجارى الخاص بالمورد، والعلامة التجارية إن وجدت، ورقم الملف الضريبى للمورد.

وبالفعل يتضمن التزام المهنى بإعلام المستهلك هنا الشقين الإيجابى والسلبى للالتزام بالإعلام فى معناه العام، حيث ألزم المشرع المهنى "المنتج والمستورد" صراحة بالامتناع عن كل ما من شأنه خداع المستهلك، حيث يلزمه بالامتناع عن وضع أية بيانات يكون من شأنها خداع أو تضليل المستهلك وذلك عملاً بنص المادة رقم ١٣ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك، حيث أن قيام المهنى "المنتج أو المستورد" بوضع مثل هذه البيانات يعد تدليساً يحق معه للمستهلك طلب إبطال العقد دون أن يتحمل عبء إثبات نية التدليس "التضليل" لدى المهنى، وإنما يكفى لذلك بأن يثبت أن المهنى قد أخل بالتزامه بالإعلام بحيث يثبت أنه اى المهنى لم يمتنع عن وضع بيانات أدت إلى خداع أو تضليل المستهلك .

وبذلك نرى أن المشرع يقرر حق للمستهلك مفاده المطالبة بإبطال عقد الاستهلاك الذى أبرم رغم إخلال المهنى بالتزامه بالإعلام قبل التعاقدى، ودون حاجة إلى تحميل المستهلك بعبء إثبات توافر نية التضليل لدى المهنى[1]، حيث

---

(١) حيث نرى ونؤيد من يرى أن على المشرع أن يقرر صراحة حق للمستهلك فى طلب إبطال العقد الاستهلاكى استناداً لإخلال المهنى بالتزامه بالإعلام قبل التعاقدى، حيث=

أن "المورد أو المستورد" المهنى بمجرد إخلاله بهذا الالتزام يكون قد أثر بالسلب – بلا شك– على إرادة المستهلك فأبرم العقد.ولذا يحق له بموجب هذا الإخلال أن يطلب إبطال العقد.

وعن الشق الإيجابى فى الالتزام بالإعلام سبق وأن ذكرنا أن على المهنى "المورد أو المستورد" أن يدلى بالبيانات والمعلومات التى حددها النص، والشق السلبى لهذا الالتزام يتمثل أيضاً فى ألا يكتم المهنى بيان أو معلومة من شأنها التأثير على قرار المستهلك بالتعامل على المنتج طالما كان من البيانات التى قررها النص كحد أدنى لمحل الالتزام بالإعلام قبل التعاقدى.

كما أن المشرع قد فرض هذا الالتزام أيضاً على عاتق المهنى "المورد" تجاه المستهلك فى شأن السلع المستعملة، حيث نص فى المادة رقم ١٨ من اللائحة التنفيذية من قانون حماية المستهلك على أن "يلتزم مورد السلعة المستعملة بتقديم المعلومات الكافية عن حالتها وعن مدى وجود عيوب فيها ومدى حاجتها للإصلاح قبل استعمالها، وذلك على نحو لا يؤدى إلى خلق انطباع غير حقيقى أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه فى خلط أو غلط، ويحقق متطلبات الصحة والسلامة". وبذلك يقع الالتزام بالإعلام على عاتق المهنى "المورد" بشأن السلع القديمة فى إطار الالتزام العام بالإعلام مع وجوب مراعاة ما هو مقرر فى هذا النص من الالتزام بالاعلام بكافة المعلومات المتعلقة بحالة السلعة المستعملة ومدى وجود عيوب بها من عدمه وما إذا كانت

=أن استقلالية الالتزام بالإعلام قبل التعاقدى تقتضى أن يتبنى المشرع مبدأ حق المستهلك فى المطالبة بإبطال عقد الاستهلاك لمجرد إخلال المهنى بالالتزام بالإعلام، وبدون حاجة إلى الاستناد إلى النظريات التقليدية فى عيوب الإرادة "الغلط، الاستغلال، والتدليس" التى تقيد حق المستهلك فى طلب الإبطال.

راجع، د. حسن عبد الباسط جميعى، المرجع السابق، ص ٣٢، وكذلك:

- De k Juglart, L'obligation de renseignements dans Les Contrats, R. T. D. Civ. 1954, I.
- Aliss, Thése, op. cit. p. 177. ets.

فى حاجة للإصلاح قبل الاستعمال من عدمه، وذلك وفقاً لما سبق من إيضاحه بشأن تنظيم الالتزام بالإعلام.

ثالثاً: جزاء إخلال المهنى "المنتج و المستورد" بالالتزام بالإعلام:

وفقا لقانون حماية المستهلك يترتب على مخالفة المهنى "المنتج و المستورد " لالتزام بالاعلام هنا جزاء له صورتين نوضحهما فيما يلى :-

الصورة الاولى:ـ الجزاء الجنائى:

يتبين من نصوص قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ وفق نص المادة ٢٤ منه أن المشرع قد قرر جزاء جنائى يوقع على المهنى "المنتج، المستورد، المعلن، المورد" الذى يخل بتنفيذ التزامه بإعلام المستهلك، أو يخالف الأحكام المنظمة له، ويتمثل هذا الجزاء فى توقيع الغرامة "الجنائية، المالية" عليه، والتى لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تجاوز مائة ألف جنيه، وفى حالة العود تضاعف بحديها.

ويوقع هذا الجزاء على من يخالف من المهنيين أحكام نصوص قانون حماية المستهلك المنظمة لهذا الالتزام، أى الذى يخل بأحكام إعلام المستهلك قبل التعاقدى.

وكذلك يعاقب بذات العقوبة المسئول عن الإدارة الفعلية للشخص الاعتبارى المخالف متى ثبت علم المسئول بهذه المخالفة، وكان إخلاله بالواجبات التى تفرضها عليه تلك الإدارة قد أسهم فى وقوع الجريمة. وذلك كله عن مخالفة حكم المادة رقم ٣ من قانون حماية المستهلك أو الإخلال بالالتزام المنصوص عليه فيها بالنسبة للمنتج والمستورد، و ايضا عن مخالفة حكم المادة رقم ٤، ومخالفة حكم المادة رقم ٦ من ذات القانون بالنسبة للمنتج والمعلن.

وتوقع العقوبة المذكورة ما لم توجد عقوبة جنائية أخرى أشد فى قانون آخر، وأجاز نص المادة ٢٤ أيضاً للمحكمة أن تقضى بنشر الحكم الصادر بالإدانة على نفقة المحكوم عليه فى جريدتين يوميتين واسعتى الانتشار.

ويكون الشخص الاعتبارى مسئولاً بالتضامن عن الوفاء بالغرامة المحكوم بها، وكذلك مسئولاً بالتضامن عن الوفاء بالتعويضات التى يقضى بها[1].

الصورة الثانية :ـ الجزاء المدنى:

لم يضع المشرع فى قانون حماية المستهلك حكم صريح خاص يقرر جزاء مدنى لمخالفة المهنى لالتزامه بالإعلام، ولكن يتضح لنا من خلال نص المادة رقم (٢) من قانون حماية المستهلك، والتى تنص فى فقرتها الأولى على أن "حرية ممارسة النشاط الاقتصادى مكفولة للجميع،و يحظر على أى شخص إبرام أى اتفاق أو ممارسة أى نشاط يكون من شأنه الإخلال بحقوق المستهلك الأساسية وخاصة: .....". ومن خلال نص المادة رقم (١٠) من نفس القانون والتى تنص على أنه "يقع باطلاً كل شرط يرد فى عقد أو وثيقة أو مستند أو غير ذلك مما يتعلق بالتعاقد مع مستهلك، إذا كان من شأن هذا الشرط إعفاء مورد السلعة أو مقدم الخدمة من أى من التزاماته بهذا القانون". يمكن أن نستخلص جزاء مدنى لمخالفة المهنى "المورد، المنتج، المستورد ...إلخ" لالتزامه بالإعلام، ولا نبالغ إذا قررنا أن جزاء مخالفة المهنى لالتزامه بإعلام المستهلك – إعلام قبل تعاقدى – هو بطلان عقد الاستهلاك، وذلك لأن إرادة المستهلك لم تكن بذلك الإخلال صحيحة ويكون البطلان هنا مقرر لمصلحة

---

(١) وهذه الجريمة من الجرائم التى تنقضى بالتصالح المشروط حيث يجوز لرئيس مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك، أن يتصالح مع المهنى "المخالف" قبل صدور حكم بات فى الدعوى الجنائية مقابل أداء مبلغ لا يقل عن عشرة آلاف جنيه ويترتب على التصالح انقضاء الدعوى الجنائية، وذلك كله وفقاً لنص المادة رقم ٢٤ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦.

المستهلك، كما أن في إخلال المهني بالتزامه بالإعلام فيه اعتداء على حقوق المستهلك والتي حظر المساس بها المشرع في المادة رقم ٢ من قانون حماية المستهلك، كما أن المادة العاشرة من ذات القانون قررت جزاء البطلان لأي شرط يعفي المهني من أي التزام من التزاماته تجاه المستهلك فمن باب أولى أن يكون جزاء مخالفة التزامه هذا هو البطلان.

كما أن جزاء التعويض تجاه المهني المخل بالتزامه بالإعلام هو أمر قائم أيضاً خاصة وأن الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام – قبل التعاقدي – هي طبيعة نصية ومن ثم فان مسئوليته هنا هي مسئولية تقصيرية أي غير عقدية عنه حتى و لو ابرم عقد الاستهلاك ، وبذلك يحق للمستهلك مطالبة المهني بالتعويض عن إخلاله بالتزامه بالإعلام قبل التعاقدي متى أصيب الأول "أي المستهلك" من ذلك الاخلال – كخطأ - بضرر.

وعليه فإن الجزاء المدني المترتب على إخلال المهني "المورد أو المنتج أو الموزع أو المعلن ... الخ" بالتزامه بإعلام المستهلك قبل التعاقد يتمثل في طلب إبطال عقد الاستهلاك – حيث قابلية العقد للإبطال – لمصلحة المستهلك استناداً إلى أن عدم تنفيذ المهني "المنتج أو المعلن أو المورد" لالتزامه بالإعلام قبل التعاقد أو تنفيذه ولكن على وجه غير صحيح فيه تأثير سلبي على إرادة المستهلك بما يجعلها إرادة غير كاملة وغير سليمة – أي غير صحيحة – تبيح لصاحبها طلب إبطال العقد، كما أنه إذا ما ترتب على عدم تنفيذ المهني "المنتج أو المستورد أو المعلن" لالتزام بالإعلام أو لإخلاله في تنفيذه، أي ضرر للمستهلك فللاخير الحق في طلب التعويض، وذلك استناداً لنص المادة رقم ٢٤ من قانون حماية المستهلك، وتدعيماً ايضا بنص المادة رقم ٢ والمادة رقم ١٠من ذات القانون.

وهذا ويعفى القانون المعلن كمهني من المسئولية المترتبة على مخالفة الالتزام بالإعلام تجاه المستهلك إذا كانت المعلومات التي تضمنها

الإعلام فنية يتعذر على المعلن المعتاد التأكد من صحتها، وكان المورد قد أمده به[1].

الغصن الثاني

التزام المهني "المورد" بإعلام المستهلك في البيع بالتقسيط

نص المشرع صراحة على التزام المورد بالإعلام قبل التعاقدى تجاه المستهلك فى البيع بالتقسيط، وذلك بصريح نص المادة رقم ١١ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ حيث نصت على أنه "يلتزم المورد فى حالة البيع التقسيط، وقبل التعاقد بتقديم البيانات الآتية للمستهلك:

أ- الجهة المقدمة للمنتج بالتقسيط.

ب- سعر البيع للمنتج نقداً.

ج- مدة التقسيط.

د- التكلفة الإجمالية وقيمة كل قسط.

هـ - المبلغ الذى يتعين على المستهلك دفعه مقدماً إن وجد".

والالتزام بهذه البيانات كمحل لالتزام المهنى بالإعلام قبل التعاقدى تجاه المستهلك خاص فقط بالبيع بالتقسيط، والبيع التقسيط كما عرفه البعض من الفقه الفرنسى بأنه "بيع فيه يتعهد البائع بتسليم المبيع إلى المشترى بمجرد إبرام العقد، بينما يتعهد المشترى بدفع الثمن فى صورة دفعات متعاقبة أى أقساط[2]. وهنا بلا شك المهنى "المورد أو البائع" ينقل ملكية الشئ المبيع ويسلمه

---

(١) وذلك عملاً بحكم الفقرة الثانية بنص المادة رقم ٦ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦.

(٢) انظر فى ذلك:

- MAZEAUD. HENRI, "LEON ET JEAN, "Lesçons de Droit civil, Tome 3è, Editions, Montchrstien, Paris, 1976. N° 922.
- M. ALTER, "L'obligation de Le Léliverance dans La vente de meubles", "L. G. D. J. Tome 12, Paris. P. 3 ets.

للمشترى "المستهلك" ويلتزم المشترى المستهلك بسداد الثمن على دفعات، ولكن قد يستغل المورد البائع حاجة المستهلك للمبيع فيفرض عليه ما قد يضره.

ولذلك كان التزام المهنى "المورد أو البائع" بإعلام قبل تعاقدى للمستهلك فى حالة البيع بالتقسيط، حيث يلتزم المهنى بأن يعلم المستهلك بالبيانات المنصوص عليها فى المادة رقم ٦ من قانون حماية المستهلك، بالإضافة إلى تلك المنصوص عليها فى المادة رقم ١١ من ذات القانون، بمعنى أن على المهنى "المورد أو البائع" أن يعلم المستهلك بالجهة التى تقدم المنتجات بالتقسيط وسعرها، وسعر بيع هذا المنتج نقداً، وكذلك يجب عليه أن يعلم المستهلك بمدة التقسيط والتكلفة الإجمالية للبيع بالتقسيط، وإعلامه بالمبلغ الذى يجب أن يدفعه كمقدم إن كان البيع بالتقسيط يتطلب لقيامه دفع مقدمة، كما يلتزم البائع أيضاً بإعلام المستهلك بالجهة التى تقدم المنتج للبيع بالتقسيط وبذلك يتأكد أن التزام المهنى هنا باعلام المستهلك هو التزام قبل تعاقدى ونرى أن محله هو ذات البيانات التى قررها المشرع فى المادة رقم ٦ من قانون حماية المستهلك يضاف إليها تلك التى قررها المشرع فى نص المادة رقم ١١ من هذا القانون.

وعليه نرى أن الجزاء المقرر لمخالفة المهنى لالتزامه بالإعلام قبل التعاقدى فى البيع بالتقسيط هو ذات الجزاء المقرر لمخالفة المهنى لالتزام بالإعلام، جزاء جنائى وهو توقيع العقوبة الجنائية المقررة بنص المادة رقم ٢٤ من قانون حماية المستهلك، والجزاء المدنى وهو قابلية العقد المبرم بالمخالفة لهذه الأحكام أو لهذا الالتزام للإبطال لمصلحة المستهلك، حيث لم يتحقق الهدف من الإعلام هو تنوير إرادة المستهلك وأن إرادته بذلك معيبة بعيب جديد نرى أنه المساس بحقوق المستهلك المنصوص عليها فى المادة رقم ٢ من قانون

حماية المستهلك، وكما يحق للمستهلك المطالبة بالتعويض متى كان له مقتضى[1].

الغصن الثالث

التزام المهنى "المورد" بإعلام المستهلك بهويته

قرر المشرع فى نص المادة رقم ٤ من قانون حماية المستهلك على أنه "على المورد أن يضع على جميع المراسلات والمستندات والمحررات التى تصدر عنه فى تعامله أو تعاقده مع المستهلك – بما فى ذلك المحررات والمستندات الالكترونية – البيانات التى من شأنها تحديد شخصيته، وخاصة بيانات قيده فى السجل الخاص بنشاطه وعلامته التجارية إن وجدت".

يستفاد من هذا النص أن المشرع قد فرض التزاماً على عاتق المهنى تجاه المستهلك بالإعلام قبل التعاقدى، مفاده التزام المهنى "المورد" بالإفصاح عن هويته للمستهلك، حتى يدرك المستهلك حقيقة المهنى "المورد" الذى سوف يتعاقد معه، حيث قد تكون شخصية المهنى "المورد" محل اعتبار فى علاقة الاستهلاك، ولا سيما فى مجال عقود الاستهلاك الالكترونية، حيث يلزم التحقق

---

(١) هذا وقد نظم المشرع المصرى البيع بالتقسيط من خلال أحكام قانونية مختلفة، حيث القانون رقم ١٠٠ لسنة ١٩٥٧، والمواد أرقام ١٠٥، ١٠٦، ١٠٧ من قانون التجارة المصرى الجديد رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩، وذلك بشكل يسمح بحماية كل من البائع والمشترى والتجارة من مخاطر هذا البيع. وهذه الأحكام تكملها بالطبع ما ورد فى القانون المدنى بالمادة رقم ٤٣٠، وخاصة فيما يتعلق بالبيع مع الاحتفاظ بالملكية لحين استيفاء الثمن حسب ما نصت عليه الفقرة الأولى من المادة رقم "٤٣٠" من القانون المدنى المصرى.
انظر فى تفاصيل ذلك، د. كمال محمد أبو سريع، القانون التجارى، فى العقود التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٨٠، ص ٣٤ وما بعدها. د. عماد الشربينى، القانون التجارى الجديد رقم ١٧ لسنة ١٩٩٧، الكتاب الأول، الالتزامات والعقود التجارية، أبو المجد للطباعة بالهرم، ١٩٩٩/ ٢٠٠٠ ص ١٣، وكذلك، د. سميحة القليوبى، شرح قانون التجارة المصرى رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩، العقود التجارية وعمليات البنوك، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الثالثة، ٢٠٠٠، ص ٣٧٦، د. سليمان مرقص، شرح القانون المدنى، القاهرة، ١٩٨٠، ص ٨٣ وما بعدها.

من شخصية المهنى منعاً لإحداث أى أضرار تلحق بالمستهلك كما لو كان الموقع الالكترونى للمهنى موقع وهمى غير حقيقى.

ويقع بذلك المستهلك ضحية للنصب أو خلافه، كما يلزم هذا الإفصاح أيضاً منعاً للإضرار بالمستهلك باعتباره طرف ضعيف فى العقود الاستهلاكية. وذلك كله حتى نضمن وجود رضاء كامل وصحيح من جانب المستهلك، وذلك حتى يطمئن على المتعاقد معه وعلى خبرته وحسن سمعته وقدرته على تنفيذ الالتزامات التى يلقيها المشرع أو العقد على عاتقه، وهذا أيضاً يمكن المستهلك من الرجوع على المهنى بكافة الوسائل القانونية حال إخلاله بأى من التزاماته، وخاصة الالتزام بالإعلام[1].

ونظمت اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك التزام المهنى "أو المورد" بالإفصاح عن هويته كتعبير عن صورة من صور التزام المهنى بالإعلام قبل التعاقدى تجاه المستهلك، حيث قررت فى المادة رقم ١٤ من اللائحة، بأنه على المورد التزاماً بأن يضع على جميع مراسلاته والمستندات والمحررات والمستندات الالكترونية،- أى فى المعاملات الاستهلاكية الالكترونية - البيانات التى من شأنها تحديد شخصيته، وبصفة خاصة البيانات المنصوص عليها كحد أدنى من البيانات موضوع الالتزام بالإفصاح عن الهوية تجاه المستهلك، والبيانات المنصوص عليها هى:

١- اسم المورد ولقبه، وعنوانه، وموطنه المختار فى جمهورية مصر العربية إن كان أجنبياً، وأرقام هواتفه.

---

(١) راجع، د. سامح عبد الواحد التهامي، المرجع السابق، ص ٢٧٤، وكذلك د. مصطفى أحمد أبو عمرو، المرجع السابق، ص ١١٦.

G. Hass. Et. O. D. Tissot. Comment gérce Les risques Liés à La Conclusion d'un Contrat de Commerce éléctronique: www.Jurisclic. Com. 10/4/2004, article Consulté Le 30/12/2008.

٢- إذا كان المورد شخصاً اعتبارياً فيتعين ذكر اسم الكيان وعنوان المركز الرئيسى للمنشأة وأرقام هواتفها، وعنوان الفرع فى حالة صدور التعامل أو التعاقد منه وأرقام هواتفه.

٣- رقم السجل التجارى للمورد.

٤- العلامة التجارية للمورد، إن وجدت.

٥- رقم الملف الضريبى.

وفى نهاية عرض هذا الالتزام نرى أن البيانات التى أوردها المشرع فى نصوص القانون ولائحته التنفيذية تمثل حد أدنى للبيانات الواجب على المهنى "المورد" إعلام المستهلك بها – فى شأن الإفصاح عن هويته – بما يعنى أنه لا يجوز أن يعلم المهنى "المورد" المستهلك بهويته – أى بالإفصاح عن هويته – بما يجعله معرض لتوقيع الجزاء الجنائى المذكور سلفا وهى عقوبة الغرامة وفقاً لنص المادة رقم ٢٤ من قانون حماية المستهلك، والجزاء المدنى إبطال العقد لمصلحة المستهلك وتعويضه متى كان له مقتضى. مع انه يجوز مخالفة هذه البيانات بالزيادة وليس النقصان منها وذلك عملاً بفكرة النظام العام الحمائى للمستهلك متى كان فى المخالفة ما يحقق حماية أفضل للمستهلك.

المطلب الثانى

التزامات المهنى الأخرى

قرر المشرع المصرى فى قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ إلى جانب التزام المهنى بإعلام المستهلك العديد من الالتزامات الأخرى نتناولها بالتفصيل فى الفروع الآتية :

الفرع الأول

التزام المهنى "المورد والمعلن" بتجنب خداع المستهلك

نص المشرع المصرى فى المادة رقم (٦) من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ على التزام المهنى "المورد، والمعلن" بإعلام المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه، وفى ذات النص ألزم المهنى أيضاً بأن يمتنع عن كل ما من شأنه أن يخلق انطباع غير حقيقى أو مضلل لدى المستهلك، أو وقوعه فى خلط أو غلط. وأعفى المعلن من ذلك إذا كانت المعلومات التى تضمنها الإعلان الصادر عنه فنية يتعذر على المعلن المعتاد التأكد من صحتها وكان المورد قد أمده بها.

وبذلك يكون على المهنى واجباً قانونياً بالامتناع عن كل ما يؤدى إلى خداع أو تضليل المستهلك لدفعه للتعاقد بشأن السلع والخدمات موضوع علاقات أو معاملات الاستهلاك، وسواء كان ذلك بسلوك خادع أو إعلان خادع، حيث أن الملتزم هنا من المهنيون فقط المورد، والمعلن. وجزاء مخالفة هذا الالتزام هو ذات الجزاء المقرر فى نص المادة رقم ٢٤ من قانون حماية المستهلك.

وندرس هذا الالتزام هنا، لاننا نرى أنه التزام مستقل عن التزام المهنى بالإعلام قبل التعاقدى لأنه التزام بالامتناع عن عمل محله يتمثل فى تجنب المهنى القيام بأى سلوك يؤدى إلى خلق أمر أو انطباع غير حقيقى أو مضلل لدى المستهلك عن المنتج موضوع المعاملات الاستهلاكية، أو يؤدى إلى وقوعه فى خلط أو غلط بشأن هذا المنتج. وقد يكون هذا السلوك قول أو فعل أو امتناع عن التنبيه أو غيره متى كان متعلق ببيان من بيانات المنتج وكان من شأنه تضليل أو خداع المستهلك أو إيقاعه فى خلط أو غلط بشأن المنتج.

وقد فصلت احكام هذا الالتزام كله المادة رقم ١٧ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك، حيث حددت البيانات التى تكون محلاً للسلوك الخادع

الصادر عن المورد، والإعلان الخادع الصادر عن المعلن، ومن ثم فإن المدين بهذا الالتزام هو المهنى "المورد، والمعلن بحسب الأحوال"، والدائن بهذا الالتزام هو المستهلك، وعلى ذلك نوضح فيما يلى الأحكام المنظمة لهذا الالتزام وفقاً لنص المادة رقم ١٧ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك فى ضوء نص المادة رقم ٦ من قانون حماية المستهلك .

الغصن الاول
السلوك الخادع

عرف المشرع السلوك الخادع فى نص المادة رقم ١٧ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك. حيث نص على أنه "يعد سلوكاً خادعاً كل فعل أو امتناع من جانب المورد أو المعلن يؤدى إلى خلق انطباع غير حقيقى أو مضلل لدى المستهلك، أو يؤدى إلى وقوعه فى خلط و ذلك متى أنصب هذا السلوك "الفعل أو الامتناع" على أى عنصر من العناصر المبينة فى المادة رقم ١٧ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك وعليه فإن المهنى "المورد أو المعلن بحسب الأحوال" يكون قد أخل بالتزامه بتجنب خداع المستهلك إذا ما ارتكب السلوك الخادع المنصوص عليه، وتفصيلاً لذلك نحدد مفهوم الخداع كوصف يلحق سلوك المهنى – سلوك إيجابى أو سلبى – متى كان منصب على أحد العناصر التى حصرتها المادة رقم ١٧ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك.

أولاً- مفهوم الخداع:

الخداع فى اللغة العربية يعنى تغيير فى حال. يقال خدع فلان تغير بغير خلقه من....، وخديعة: أظهر له خلاف ما يخفيه وأراد به المكروه من حيث لا يعلم(١).

---

(١) انظر، المعجم الوجيز، طبعة خاصة بوزارة التربية والتعليم، عام ١٩٩١، ص ١٨٧.

والخداع في الإصطلاح القانوني تناوله الفقه في القانون الجنائي فعرفه البعض بأنه القيام ببعض الأكاذيب أو بعض الحيل البسيطة التي من شأنها إظهار الشئ موضوع العقد على نحو مخالف للحقيقة(١).

ويعرفه البعض الآخر بأنه إلباس الشئ مظهراً يخالف ما هو عليه في الحقيقة والواقع(٢). كما يعرف جانب آخر من الفقه الخداع بأنه تصرف من شأنه إيقاع أحد المتعاقدين في الغلط حول البضاعة(٣)، أي المنتج.

كما يعرفه أيضاً البعض بأنه حمل المشتري للسلعة أو للخدمة على الاعتقاد بأن هذه السلعة أو الخدمة لها من السمات ما يفوق الحقيقة وعلى ذلك يتحقق الخداع بقيام الاعتقاد الخاطئ لدى المتعاقد بأن الشئ محل العقد متوافر فيه بعض المزايا والصفات في حين أنها غير موجودة به ويهدف الجاني من وراء ذلك الحصول على القيمة المالية عن طريق إبدال الشئ الذي يقع عليه اختيار المشتري لشئ آخر أقل من قيمته(٤).

---

(1) RAoul Combalolieu, "La Fratu de en matiére alimentaire en France", Rev. inte dr comp. 1974. P. 516.

(٢) د. حسني أحمد الجندي، شرح قانون قمع التدليس والغش، الطبعة الثانية، عام ١٩٩٦، ص ٢٦.

(٣) مستشار/ معوض عبد التواب، الوسيط في شرح جرائم الغش والتدليس وتقليد العلامات التجارية، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، ١٩٨٥. ص ١١.

(٤) وعلى ذلك يميز كثيراً من الفقه القانوني الجنائي بين الخداع والتدليس المدني، وبين الخداع وجريمة النصب. ففي شأن الخداع والتدليس المدني، فيقرر أنه رغم اتفاقهما في أنهما يشتركان في إيقاع المجني عليه أو المتعاقد - أي المستهلك - في الغلط إلا أنهما يختلفان في الآتي:

- التدليس المدني، يكفي فيه مجرد الكتمان أي عدم إظهار ما يشوب الشئ من عيب حتى يقع المشتري في الغلط، أما الخداع فلابد أن يقوم بفعل خارجي لكي يوهم المشتري بأن الشئ حقيقي. وإن كنا لا نرى في ذلك اختلاف لأن الأمرين أيضاً في التدليس والخداع.
- يلزم في التدليس المدني أن يثبت المدلس عليه أنه ما كان ليبرم العقد لو علم بحقيقته أي أن التدليس هو السبب الدافع إلى التعاقد، في حين أن الخداع لا يستلزم ذلك بالضرورة. ويكفي لقيام الخداع أن يكون الغلط الدافع للتعاقد متعلقاً بطبيعة البضاعة أو صفاتها الجوهرية وللعناصر الداخلة في تركيبها وأحد الأسباب=

وهذه التعريفات السابقة للخداع كانت بمناسبة تجريم المشرع الجنائى المصرى لأفعال تضر بالمستهلك حيث مصلحة المستهلك فى قمع الخداع، وذلك فى نص المادة رقم ١ من القانون رقم ٤٨ لسنة ١٩٤١ المعدل بالقانون رقم ٢٨١ لسنة ١٩٩٤. حيث عقاب من يخدع المستهلك أو شرع فى خداعه فى تعاقده معه على السلع والمنتجات فى أمور محصورة، بعقاب جنائى يتمثل فى الحبس مدة لا تقل عن سنة وبغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تجاوز عشرين ألف جنيه أو ما يعادل قيمة السلعة موضوع الجريمة أيهما أكبر أو بإحدى العقوبتين.

وهذا الحكم بلا شك يجب الأعمال به وفقاً لنص المادة رقم ٢٤ من قانون حماية المستهلك المصرى متى خدع المهنى "المورد أو المعلن" المستهلك، هذا إلى جانب الجزاء المدنى الذى يترتب على هذا السلوك الضار[1]. حيث أن المشرع فى نص المادة رقم ٢٤ من قانون حماية المستهلك

=الدافعة إلى إبرام الصفقة ولا يلزم أن يكون الغلط فى الخداع هو السبب الأساسى فى التعاقد. وهذا كله يشكل وبحق فرق جوهرى بين التدليس المدنى والخداع. يلزم فى التدليس المدنى درجة من الجسامة لإبطال العقد، أما فى الخداع فلا يلزم ذلك فكذبة واحدة حول البضاعة – أى حول المنتج – يكفى لقيام الخداع أو قيام جريمة الخداع.

راجع د. أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك، مرجع سابق، ص ١٦٥ – ١٦٦. وراجع د. عبد الرزاق السنهورى، الوجيز فى شرح القانون المدنى، تنقيح المستشار مصطفى الفقى، طبعة نادى القضاة، عام ١٩٩٧، ط ٥، ص ١٢٨. وكذلك راجع مستشار/ جندى عبد الملك، الموسوعة الجنائية، مطبعة الاعتماد، الطبعة الأولى، ص ٣٣٧. وانظر نقض ١٤ يونيه، طعن رقم ١٤٠١ سنة ١٩ق، مجموعة قواعد النقض فى ٥٠ عام، جـ ٣، ص ١٠٦٢.

(١) وهذا يقابل ما كان قائماً فى فرنسا حتى صدور قانون الاستهلاك كتقنين فى عام ١٩٩٣. حيث كان تشريع أغسطس ١٩٠٥ والمعدل بتشريع ١٠ يناير ١٩٧٨ حول المسئولية عن الاخلال بإعلام وحماية المستهلك بالمنتجات والخدمات. راجع:

- Philippe Malinvaud, La protection de Consommateurs, Dalloz 1981. p. 3 ets.

نص على وجوب إعمال العقوبة الجنائية الأشد من تلك المقررة فى هذا النص حتى ولو كانت موجودة فى قانون آخر.

وفى ضوء ما تقدم وعملاً بنص المادة رقم ٦ من قانون حماية المستهلك، والمادة رقم ١٦ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك نرى أن مفهوم الخداع يتسع ليشمل الكذب أيضاً، حيث أن الكذب فى اللغة العربية يعنى الأخبار عن شئ بخلاف ما هو، سواء فيه العمد والخطأ[١]، وفى الفرنسية الكذب هو الإدعاء أو القول على خلاف الحقيقة عمداً بقصد الخداع[٢]. واصطلاحاً الخداع هو القيام بسلوك سلبى، أى الامتناع أو سلوك إيجابى أى الفعل، الذى من شأنه إلباس الشئ الباطل أى العنصر أو عنصر من عناصر المنتج الباطل ثوب الحقيقة، وكل ما من شأنه خداع المتلقى، أى المستهلك، يعتبر تضليلاً[٣]. أى أن الخداع هو كل سلوك إيجابى أو سلبى يرد على عنصر من عناصر المنتج – العناصر المحصورة فى النص – بوصفها بما يخالف حقيقتها فى الواقع ويكون من شأنه خلق انطباع غير حقيقى أو مضلل لدى المستهلك او أن يؤدى إلى وقوع المستهلك فى خلط أو غلط بشأن موضوع أو ظروف المعاملة الاستهلاكية، وعليه فأنه يمكن القول بأن مناط قيام المسئولية الجنائية والمدنية للمهنى "المورد او المعلن" تجاه المستهلك عن الخداع هو السلوك الخادع وفق المفهوم السابق متى أنصب على اى من العناصر الواردة فى نص المادة رقم ١٧ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك.

---

(١) انظر، معجم المصباح المنير، تأليف العالم العلامة أحمد محمد بن الفيومى، مكتبة لبنان، ناشرون، بيروت، لبنان، عام ٢٠٠١، ص ٢٠١.

(2) Le petit Robert, éd. 1980. v. "Mensongc" assertion sciemment Contraire à La Verité Fait dans L'intention de Tromper.
مشار إليه لدى د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ١٢٧ هامش ١١٠.

(٣) راجع، د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ١٢٧.

ثانياً- شروط السلوك الخادع:

يكون السلوك خادع متى كان صادراً – بفعل إيجابى أو سلبى – عن المهنى وليس عن غيره ممن لم يتبعه، وأنصب على عنصر من عناصز المنتج المذكورة فى النص، وكان من شأنه خلق إنطباع غير حقيقى أو مضلل للمستهلك، أو يؤدى إلى وقوع المستهلك فى خلط أو غلط بشأن المنتج والمعاملة الاستهلاكية. ونوضح كل ذلك كما يلى:

١- صدور السلوك عن المهنى فى مواجهة المستهلك:

بداية يجب حتى يكون السلوك خادع أن يصدر من المهنى لا من غيره، وهنا مقصود المهنى المورد والمعلن، وهذا السلوك قد يكون بفعل إيجابى مثال ذلك أن يدعى المهنى "المورد" أن السلعة التى يتعامل عليها حاصلة على شهادة جودة وهى فى الحقيقة غير معتمدة لدى أى مؤسسة من مؤسسات الجودة. وقد يكون السلوك سلبى كالامتناع، يعبر عن ذلك مثلاً سكوت المورد عن ذكر مخاطر استخدام السلعة أو سكوته عن التنبيه بعدم وجود ضمان صيانة للسلعة.

كما يلزم أن يتخذ السلوك الخادع هذا تجاه المستهلك ذاته، لأنه إذا ما اتخذ تجاه شخص آخر غيره فليس هناك مجال للحديث عن فكرة السلوك الخادع لأن المشرع تطلب أن يكون من شأن السلوك الخادع خلق انطباع غير حقيقى أو مضلل لدى المستهلك أو يؤدى إلى وقوع المستهلك فى خلط أو غلط، ولذلك كان لازم اتخاذ السلوك الخادع تجاه المستهلك وسواء كان هناك عقد استهلاكى أم لا.

٢- أن يكون موضوع الخداع عنصر من عناصر المنتج:

هذا ويلزم لكى يكون السلوع خادع أن ينصب هذا الخداع أو هذا السلوك على المنتج فى أحد عناصره المبينة بالنص، أى تلك التى نصت عليها المادة رقم ١٧ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك، بحيث لو أنصب

السلوك على عنصر خارج عن هذه العناصر فلا يكون السلوك خادع[1]. ما لم يكن العنصر محل اتفاق لدى الطراف . و هذا فى رأينا يجعل السلوك خادعاً.

٣- أن يكون السلوك من شأنه التأثير على المستهلك العادى :

و يشترط لكى يكون السلوك خادعاً أن يكون من شأن الفعل الإيجابى أو السلبى – الصادر عن المهنى - خلق إنطباع غير حقيقى أو مضلل لدى المستهلك. بمعنى انه يجب ان يؤدى إلى وقوع المستهلك فى خلط أو غلط. ويقصد بخلق انطباع غير حقيقى لدي المستهلك، أن يترتب على الفعل أو الامتناع الصادر عن المهنى تكوين معرفة أولية لدى المستهلك عن المنتج فى عناصره المذكورة أو أحدهم تخالف الواقع أو المعرفة الحقيقية له. ويقصد بالتضليل أن يترتب على الفعل أو الامتناع قيام معرفة تصرف ذهن المستهلك إلى الاعتقاد بأمور تناقض الفطرة السليمة بشأن المنتج وعناصره. ويقصد بالخلط أن يكون سلوك المهنى قد أدى إلى انعدام أو انحصار قدرة المستهلك على التمييز بين عناصر المنتج الحقيقية وغير الحقيقية، ومن ثم تداخلها فى ذهنه. ويقصد بالغلط هو أن يكون سلوك المهنى قد أدى إلى إثارة وهم فى ذهن المستهلك صور له المنتج أو

---

(١) والعناصر التى نصت عليها المادة رقم ١٧ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك هى:

١- طبيعة السلعة أو تركيبها أو صفاتها الجوهرية أو العناصر التى تتكون منها هذه السلعة أو كميتها.
٢- مصدر السلعة أو وزنها أو حجمها أو طريقة صنعها أو تاريخ إنتاجها أو تاريخ صلاحيتها أو شروط استعمال أو محاذير هذا الاستعمال.
٣- جهة إنتاج السلعة أو تقديم الخدمة.
٤- نوع الخدمة ومكان تقديمها ومحاذير استخدامها وصفاتها الجوهرية سواء أنصبت على نوعيتها أو الفوائد من وراء استخدامها.
٥- شروط وإجراءات التعاقد بما فى ذلك خدمة ما بعد البيع والضمان والثمن وكيفية سداده.
٦- الجوائز أو الشهادات أو علامات الجودة.
٧- العلامات التجارية أو البيانات أو الشعارات.
٨- خصائص المنتج والنتائج المتوقعة من استخدامه.

عناصره المذكورة على غير الحقيقة بما أدى إلى دفعه للدخول فى علاقة أو عقد الاستهلاك. وأيا كان الأمر فإنه يلزم أن يكون للانطباع غير الحقيقى أو المضلل أو الخلط أو الغلط الذى - وقع فيه المستهلك نتيجة لسلوك المهنى – أثره فى المعاملات الاستهلاكية، فمثلاً يكون أحد الأسباب التى دفعت المستهلك لإبرام عقد الاستهلاك على المنتج أو مؤثراً فى أحد عناصر هذا العقد أو فى إرادة المستهلك بشكل عام.

ثالثاً- جزاء السلوك الخادع:

إن تحديد جزاء لمخالفة المهنى لالتزامه بالامتناع عن خداع المستهلك، أى جزاء السلوك الخادع الصادر من المورد، يتوقف على تحديد طبيعة العلاقة ما بين المهنى والمستهلك حيث تحديد طبيعة التزام المهنى "المورد" بتجنب خداع المستهلك، وهذا الالتزام غالباً ما يكون التزام قبل تعاقدى – أى قبل إبرام عقود الاستهلاك –. وعليه تكون مسئولية المهنى "المورد"، تقصيرية أى غير عقدية، وكمسئولية جنائية تكون عن الجريمة المنصوص عليها فى المادة رقم ٢٤ من هذا القانون حيث توقيع عقوبة الغرامة المالية المنصوص عليها على المهنى ونشر الحكم على نفقته فى جرائد يومية، و من صور جزاء المسئولية المدنية نجد القضاء بالتعويض متى كان له مقتضى.

هذا مع وجوب مراعاة تطبيق العقوبة الجنائية الأشد إن كان مخالفة المهنى "المورد" لالتزامه بتجنب خداع المستهلك يشكل جريمة جنائية معاقب عليها بعقوبة أشد فى قانون آخر غير قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦. وهذا بالفعل قائم حيث وجوب إعمال عقوبة الحبس والغرامة أو ما يعادل قيمة السلعة محل الجريمة أيهما أكبر أو بإحدى هاتين العقوبتين المنصوص عليهم فى المادة رقم ١ من القانون رقم ٤٨ لسنة ١٩٤١ والمعدل بالقانون رقم ٢٨١ لسنة ١٩٩٤ المتعلق بتجريم وقمع التدليس والغش.

وعلى الرغم مما تقدم إلا أنه يمكن أن يتصور قيام جزاء مدنى آخر إلى جانب قيام المسئولية المدنية القائمة على فكرة المسئولية التقصيرية المترتبة على السلوك الخادع الصادر من المورد "المهنى" تجاه المستهلك متى كان هناك بين المهنى "المورد" والمستهلك عقد، وهذا الجزاء يمكن أن نقرره استناداً إلى حقوق المستهلك المنصوص عليها فى المادة الثانية من قانون حماية المستهلك، فيكون الجزاء هو حق المستهلك فى طلب الإبطال عقد الاستهلاك المبرم نتيجة إخلال المهنى "المورد" بالتزامه بتجنب خداع المستهلك حيث أن إرادة المستهلك بذلك معيبة نتيجة السلوك الخادع الصادر عن المهنى أثر فى الإرادة التعاقدية للمستهلك، كما أن هذا الالتزام يمكن أن يكون التزام عقدى ومن ثم فأن إخلال المهنى به يجعل من حق المستهلك طلب فسخ عقد الاستهلاك. وذلك كله مع حفظ حق المستهلك فى التعويض إن تسبب السلوك الخادع فى إحداث ضرر لحق بالمستهلك.

الغصن الثانى
الإعلان الخادع

عرف المشرع المصرى الإعلان الخادع فى نص المادة رقم ١٧ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك بأنه "يعد إعلاناً خادعاً الإعلان الذى يتناول منتجاً ويتضمن عرضاً أو بياناً أو إدعاءً كاذباً أو أى أمر آخر ينصب بصفة خاصة أو أكثر على عنصر من العناصر التالية متى كان من شأنه أن يؤدى بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى خلق انطباع غير حقيقى أو مضلل، وأياً كانت وسيلة هذا الإعلان ..." وعلى ذلك فأنه يتطلب لكى يتصف الإعلان بوصف الإعلان الخادع أن يصدر هذا الإعلان من شخص ما يسمى بالمعلن "كمهنى" تجاه الشخص الذى تتصف بصفة المستهلك، وأن ينصب هذا الإعلان على المنتج وفق شروط معينة وأن يكون له تأثيرا محددا وفقاً للقانون

وبناء على ذلك نتناول فيما يلي مفهوم الإعلان الخادع ونوضح مناطه أو شروطه ونحدد الجزاء المترتب عليه فيما يلي:

أولاً- ماهية الاعلان:

يتبين من خلال نص المادة رقم ٦ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ والمادة رقم ١٦ والمادة رقم ١٧ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك أنه يقع على عاتق المهنى "المعلن" التزام قانونى مفاده تجنب خداع المستهلك بالامتناع عن القيام بالإعلان الخادع، ولتحديد مفهوم الإعلان الخادع نوضح بداية المفهوم العام للإعلان أى الإعلان التجارى عامة ومن ثم نحدد من خلاله مفهوم الإعلان الخادع وذلك فيما يلى:

١- المفهوم العام للإعلان:

تعددت التعريفات القانونية وغير القانونية للإعلان التجارى. والإعلان التجارى فى هذه الدراسة موضوع جوهرى حيث أنه الإعلان الموجه إلى المستهلك موضوع الحماية باعتباره وسيلة من وسائل تنشيط التعاقد وشكلاً من أشكاله، وطريقة من طرق تصريف السلع والخدمات.

ومن التعريفات غير القانونية للاعلان التجارى نذكر تعريف جمعية التسويق الأمريكية. حيث عرفت الإعلان التجارى بأنه" وسيلة غير شخصية لتقديم السلع والخدمات، بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع" وهذا التعريف ينطلق من الهدف من الإعلان التجارى، حيث يقدم المنتجات ويجذب الانتباه[1].

---

(١) راجع:
Report of the defintions Commihc The Joucnal of marketing, October, 1948. p. 2.
وراجع د. الشامى إسماعيل، الإعلانات التجارية الخادعة، ومدى الحماية التى يكفلها المشرع الجنائى للمستهلك، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الأولى، ١٩٩٩. ص ٨. د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٩٢.

ومن التعريفات القانونية تعريف بعض الفقه الفرنسي بأن الإعلان التجارى هو كل رسالة يوجهها صاحب مهنة للجمهور بهدف حثه على طلب أموال أو خدمات، ومنها على سبيل المثال الملصق فى الشارع أو صفحة فى مجلة مصورة أو إعلان فى التلفزيون" وعرفه التوجيه الأوربى الصادر فى ١٠ سبتمبر ١٩٨٤ بأنه "كل صيغة اتصال تتم فى إطار نشاط تجارى أو صناعى أو حرفى أو عمل حر بقصد ترويج السلع والمنتجات". وهذان التعريفان ينطلقان من فكرة وسيلة الإعلان التجارى[١].

وفى ذات الإطار عرف المشرع المصرى قديماً فى المادة الأولى من القانون رقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦ بشأن تنظيم الإعلانات – عرف الإعلان – بأنه "يقصد بالإعلان فى تطبيق أحكام هذا القانون، أية وسيلة أو تركيبة أو لوحة صنعت من الخشب أو المعدن أو الورق أو القماش أو البلاستيك أو الزجاج أو أى مادة أخرى، وتكون معدة للعرض أو النشر بقصد الإعلان، بحيث تشاهد من الطريق أو من خارج وسائل النقل العام" وهذا التعريف تقليدى وفى حاجة إلى التطوير ليتعايش مع التطور الحادث فى مجال الإعلان التجارى حالياً.

وهناك من يعرف الإعلان التجارى بالنظر إلى البعد النفسى للرسالة الإعلانية حيث يعرف الإعلان بأنه "الوسيلة الفنية التى يستخدمها المعلن للتأثير النفسى والذهنى على المستهلك بقصد تحفيزه على شراء المنتج المعروض". ويعرف البعض الآخر فى ذات الإطار الإعلان التجارى بأنه "العرض المغرى

---

(١) راجع فى شأن هذه التعريفات و غيرها :-

- Jean Calais Auloy, et Steinmetz Frank, Droit de la Consommation, Dalloz. 1996. 4e. p. 100.
- WERY "Etiennet" et VERBIST "Thibaulit, Le Cadre juridique du Commerce électronique a prés L'ordonnance du 23 août 2001. et Le projet de Loi sur La société de L'information, Lamy. Droit de L'informatique et des réseaux. 2001. N° 140. October, 2001. p. 2.

لأى شئ قابل للتعامل القانونى لقاء أجر معلوم بواسطة وسيلة من وسائل الإعلان بغية تقبل هذا الشئ بشرائه أو استعماله أو استغلاله أو ممارسته"[1].

وأياً كان الأمر فأننا نرجح وبحق التعريف القائل بأن الإعلان التجارى هو "كل نشاط يعمل على عرض منتج أو خدمة ما للعامة بأى وسيلة من وسائل الإعلان بطريقة مغرية ومثيرة لقاء أجر بهدف جذب انتباههم إليه تحفيزاً لهم على التعاقد من أجل تحقيق ربح مادى"[2].

وهذا التعريف بذلك أهتم بعنصر لفت الانتباه لأثره البالغ فى دفع المستهلك إلى التعاقد إذ أنه يمثل المرحلة الأولى فى تيار الفكر العقلى، والمقصود فى هذا المقام الانتباه اللاإرادى حيث يأتى المنبه من البيئة المحيطة بالفرد، الذى يتعرض لمثيرات ومنبهات خارجية مختلفة فى الحياة اليومية وهذا موضوع الانتباه الذى يستخدمه المعلن ويركز عليه.

٢ـ شروط الإعلان التجارى المشروع:

يلزم أن يتوافر فى النشاط شروط معينة حتى يمكن وصفه بالإعلان التجارى المشروع، فيجب أن يكون محل الإعلان التجارى مشروعاً وغير مخالف للنظام العام والآداب – فمثلاً لا يجوز أن يكون موضوع الإعلان مواد مخدرة أى لا يجوز أن يكون الإعلان محرضاً على استخدام المخدرات وتعاطيها – ويجب ألا يكون الإعلان كاذباً أو خادعاً أو مضللاً إذا كان من شأنه وقوع المستهلك فى الغلط، ويجب أن يتضمن الإعلان البيانات الكافية عن السلعة أو الخدمة المقدمة – أى موضوع الإعلان – والتى من شأنها خلق

---

(١) راجع، د. هدى حامد قشقوش، الإعلانات غير المشروعة فى نطاق القانون الجنائى، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٨، ص ٧. راجع كذلك، د. ممدوح محمد خيرى هاشم السلمى، الحماية المدنية من الإعلانات التجارية الخادعة، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٨. ص ٥.

(٢) راجع، د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٩٤ – ٩٥. وكذلك راجع د. سمير محمد حسين، مداخل الإعلان، عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الأولى، ١٩٧٣. ص ١٤٩.

تفكير واع متبصر يحمل على تكوين إرادة متنورة وهى بصدد الإقبال على التعاقد.

وهذا يعنى أنه يجب أن يأتى الإعلان خالياً من العبارات التى تعمل على تكوين فكر خاطئ لدى المستهلك، ومثالها العبارات ــ التى تمنح التدخين أو توحى بأن للمشروبات الكحولية نتائج إيجابية أو مزايا صحية، وكذلك العبارات التى توحى بالتفرقة العنصرية أو العرقية أو الدينية ويلزم أخيراً أن يكون المعلن مرخصاً له بداهة بمزاولة مهنة الإعلان وأن يكون قد رخص له بنشر الإعلان قبل توجيهه للجمهور[1].

ثانياً : التنظيم القانونى للإعلان:

فى مصر تمثل التنظيم القانونى للإعلان التجارى فى قوانين متفرقة نجدها بداية فى المرسوم بقانون الصادر فى ٣٠ ديسمبر ١٩٤٢، حيث حظر المنادة فى الطرق العامة أو فى المحال المفتوحة للجمهور أو الإعلان عن البضائع وغيرها بطرق يتسبب عنها إقلاق راحة الجمهور كدق الطبول أو النفخ فى مكبرات الصوت ... الخ. وقرر هذا القانون جزاء جنائى يوقع على من يخالف هذا القانون وهذا الحظر. ومن هذه القوانين أيضاً القانون رقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦ فى شأن تنظيم الإعلانات حيث يعد التشريع الأساسى الخاص بالاعلانات فى مصر، ويتعلق هذا التنظيم بالإعلانات الثابتة دون غيرها، حيث نظمها فقط من حيث شروطها فتطلب وجوب الحصول على ترخيص لها من السلطة المختصة. كما نظم هذا القانون أيضاً التزامات المرخص له فى الإعلان وكذلك التزامات مالك العقار محل الإعلان بشأن الإعلان، وحالات الإعفاء من اشتراط الحصول على الترخيص، والأماكن التى يحظر فيها الإعلان لأسباب

---

(١) راجع، د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ١٠٢ ــ ١٠٣.

معينـة، وتحديـد المـوظفين الـذين لهـم صـفة الـضبطية القـضـائية فـى هـذا الـشأن والجزاءات المقررة فى حالة المخالفة[1].

ونرى ان أحدث تنظيم قانونى للإعلان التجـارى فـى مصـر وهـو ذلـك الوارد فى قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ ولائحته التنفيذيـة - فقط فـى شـأن إلـزام المهنـى "المعلـن" بعـدم خـداع المـستهلك بـأى إعـلان خـادع -، خاصـة وأن الإعـلان التجـارى الـصادر عـن المهنـى "المعلـن" والـصادر عـن وسائل الإعلام المختلفة يتمتـع وفق ضـوابط قانونية معينـة بقدر من الثقة لـدى جمهور المستهلكين على نحو يدفع بالراغبين منهم فى حيازة السلعة أو الانتفـاع بخدمة معلن عنهما إلى الاتصـال أو الانتقـال إلـى حائزيهـا أو مقدميها – أى إلـى المهنى المورد أو الموزع ... الخ -. بكل اطمئنـان لاتخاذ إجراءات التعاقد بشأنها ولذلك كان نص المشرع فى قـانون الاستهلاك علـى حظـر الإعلانـات التجاريـة الخادعة.

وعلـى ذلـك كـان مـن الـلازم أن يكـون الإعـلان صـحيحاً ومـشروعاً ومستكملاً لمقوماته على النحو الذى يتحقق معه قدر من الحماية المأمولـة التـى كفلها المشرع للمستهلك فى المرحلـة التـى تـسبق إبـرام العقد، حيث أن الإعـلان بذلك يعد مـصدراً للمعلومـات والبيانـات المتعلقـة أو الخاصـة بالسلعة أو الخدمـة موضـوع علاقات الاستهلاك، فهو أداة من أدوات تعريـف مجمـوع المستهلكين

---

(١) وبالنسبة لإعلانات الطرق، فيجب ألا تنال هذه الإعلانات من مظهر المدينة، أو جمالها أو تنسيقها، ومثال لذلك نصت المادة رقم ٦ من القانون المصرى رقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦ بأن للسلطة المختصة أن ترفض الترخيص فى الإعلان لأسباب تتعلق بمظهر المدينـة أو تنسيقها أو بطـابع المنطقـة أو بتنظـيم حركـة المـرور أو بـالأمن العـام أو الآداب أو العقائد الدينيـة. ويجب أن يحصل المعلن من السلطة المختصة علـى ترخيص بنشر إعلانه قبل توجيهه إلى الجمهور، حيث نصت المـادة الثانية من القانون رقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦ أيضـاً علـى ضرورة الحصول على الترخيص اللازم لذلك. راجع، د. ممدوح محمـد خيرى هاشـم السلمى، المرجـع السابق، ص ٤١، وكذلك راجع د. هدى حامد قشقوش، المرجع السابق، ص ٦٢ وما بعدها، وكذلك راجع د. عمر محمد عبد البـاقى، المرجع السـابق، ص ١٠٢، ١٠٣.

بخصائص وسمات السلع والخدمات المطروحة فى السوق وأساليب استخدامها، وكيفية الاستفادة المثلى منها، بالإضافة إلى وسائل تجنب الأخطار الكامنة فيها، خاصة الأنواع الحديثة منها. ولذلك فيجب ألا يكون فى هذا الإعلان أى خداع من شأنه الإضرار بالمستهلك أو التأثير فى إرادته.

ثالثاً: المقصود بالإعلان الخادع والكاذب:

يعد الكذب والخداع فى الإعلان التجارى من أهم مصادر الإضرار التى قد تلحق بالمستهلك خلال المرحلة السابقة على التعاقد، لذلك فأنه فضلاً عن مواجهة القانون المدنى للتدليس باعتبار أن الكذب صورة من صوره، فقد عمد أيضاً القانون الجنائى إلى مواجهة نفس الصورة، ولكن فى إطار آخر – أى فى إطار التجريم الجنائى – كل ذلك رغم التسليم بما هو متفق عليه من جواز إتسام الإعلان التجارى بشئ من المبالغة والتهويل، وهو الواقع الذى يفرض نفسه حتى أن يكون هناك حد فاصل بين الكذب والخداع من جانب، وبين هذه المبالغة وذلك التهويل من جانب آخر[1]. وبدوره حظر قانون حماية المستهلك على المهنى "المعلن" القيام بأى إعلان خادع أو مضلل للمستهلك.

هذا وقد عرفنا سابقاً الكذب فى اللغة العربية بأنه الإخبار عن الشئ بخلاف ما هو، سواء فيه العمد، والخطأ[2]، وفى الفرنسية هو الإدعاء أو القول على خلاف الحقيقة عمداً بقصد الخداع[3]، وعرفنا الخداع بأنه هو القيام بسلوك سلبى أو إيجابى من شأنه إلباس الشئ الباطل ثوب الحقيقة[4]، وكل ما من شأنه

---

(١) راجع، د. ثروت عبد الحميد، الأضرار الصحية الناشئة عن الغذاء الفاسد أو الملوث، ووسائل الحماية منها، ومشكلات التعويض عنها، دار أم القرى للطباعة والنشر، المنصورة، ١٩٩٥، ص ١٩ وما بعدها. وراجع كذلك، د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ١٢٦.

(٢) المصباح المنير، مرجع سابق، نفس الموضع.

(3) Le petit Robert, éd, 1980. V. "mensonge" assertion Sciemment Contraire à La Vorité Faite dans L'intention de Tromper.

(٤) راجع د. ممدوح محمد خيرى هاشم المسلمى، المرجع السابق، ص ١٢.

خداع المتلقى – أى المستهلك – يعتبر تضليلاً[1]. وكان ذلك بمناسبة تحديد المقصود بالسلوك الخادع الصادر عن المهنى "المورد" وهنا نحددهما بصدد تحديد المقصود بالإعلان الخادع كسلوك محظور على المهنى "المعلن".

وعلى ذلك يقصد بالإعلان التجارى الكاذب ذلك الإعلان الذى يتضمن بيانات غير حقيقية بشكل يعرض المخاطبين به إلى الخداع[2]. وقد استعمل الفقه كثيراً مصطلحى الإعلان المضلل والإعلان الخادع كمترادفان، فذهب جانب من الفقه إلى القول بأن الإعلان المضلل هو الذى يكون من شأنه خداع المستهلك أو يمكن أن يؤدى إلى ذلك. وذهب جانب آخر إلى القول بأن الإعلان الخادع هو كل إعلان يتم عرضه بطريقة ما تؤدى إلى تضليل أو من شأنها أن تؤدى إلى تضليل المخاطبين به، أو المنافسين على نحو قد يلحق ضرراً بمصالحهم الإقتصادية أو هو ذلك الإعلان المتضمن معلومات تدفع المستهلك إلى الوقوع فى خلط أو خداع فيما يتعلق بعناصر أو أوصاف جوهرية للمنتج[3].

والفرق بين الإعلان الكاذب من جانب، والإعلان الخادع أو المضلل من جانب آخر – وفقاً لما نؤيده - يكمن فى أن الأخيرين لا يتضمنان أى بيانات كاذبة، ولكنهما يصاغان فى عبارات تؤدى إلى خداع المتلقى، فالمعلومات

(1) DITTMER "SAFAN", Allemange juris prudence en matiére de publicité mensongére. Gaz. Pal. 20 – 21, Octobre, 1999. Publicité. P. 42.

(٢) راجع، د. أبو العلا على أبو العلا النمر، نحو تعزيز حماية المستهلك فى مواجهة انهيار الحدود الجغرافية للإعلام، بحث مقدم لمؤتمر الإعلام والقانون، المؤتمر العلمى الثانى بكلية الحقوق، جامعة حلوان، ١٤ – ١٥ مارس ١٩٩٩. ص ٣٣٦.

(٣) انظر، التوجيه الأوربى رقم ٤٥٠ الصادر من مجلس الجماعات الأوربية فى ١٠ سبتمبر ١٩٨٤ فى شأن الإعلان الخادع، الجريدة الرسمية للجماعات الأوربية رقم ٢٥٠، صادرة فى ١٩ سبتمبر، ص ٧. وراجع كذلك، د. سميحة القليوبى، غش الأغذية وحماية المستهلك، أعمال مؤتمر حماية المستهلك فى القانون والشريعة الإسلامية، المنعقد بمدينة بورسعيد فى الفترة من ٢٩ إبريل إلى ٣ مايو، المدة من١٥ إلى ١٨ يوليو، عام ١٩٩٥. كلية الحقوق، جامعة عين شمس، ص ٣٣، ومن ص ١٣١ إلى ص ١٤٩، وص ١٣٦. وراجع كذلك، د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ١٢٧.

الواردة بهما غير كاذبة بطبيعتها، ولكن الدليل الذى يستخدم فى إثبات صحتها دليل مزيف، ولذلك فإن الإعلان المضلل يشمل كافة صور الإعلان الكاذب وبالتالى فهو أرحب منه من حيث النطاق(١).

ويذهب البعض الفقه من المصرى إلى أن الخداع يفترق عن الغش من حيث الوسيلة ومن حيث هدف معاقبته، فمن حيث الوسيلة فإن الخداع عبارة عن مجرد أكاذيب بالقول أو بالكتابة أو بالإشارة لإدخال الخداع على المتعاقد الآخر، أما الغش فهو عبارة عن نشاط مدنى موجه إلى نفس السلعة موضوع التعاقد بالعبث فيها على نحو أو آخر دون أن يلزم لذلك وجود متعاقد أصلاً(٢).

ومن حيث الهدف، فإن الهدف من معاقبة الخداع، هو حماية رضاء الشخص وضمان تنفيذ المتعاقد لالتزاماته على الوجه الصحيح، أما تجريم الغش فيجد سببه فى ضمان تقديم بضاعة صالحة للاستخدام فيما أعدت من أجله على نحو متكامل وقمع كل ممارسات تستهدف المساس بذلك(٣).

وعلى ذلك فإن الكذب والتضليل يختلف عن المبالغة والإثارة فى الإعلان التجارى. والذى يقدر ما إذا كان ما قام به المعلن كذب وتضليل أم أنه إثارة ومبالغة فى الإعلان التجارى هو قاضى الموضوع، والذى له أن يسترشد

---

(1) GREFFE (p.) et GREFFE (F.), La publicité et La loi en droit Français, Union Européene et Suisse, Litec. 8é éd. 1995. P. 810.
وراجع، د. أبو العلا على أبو العلا النمر، المرجع السابق، نفس الموضع. د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ١٢٨.

(٢) راجع، د. ثروت عبد الحميد، المرجع السابق، ص ١٩، ص ٣٥. د. هدى حامد قشقوش، الاتجاهات الحديثة فى قانون قمع الغش والتدليس الجديد رقم ٢٨١ لسنة ١٩٩٤، مؤتمر حماية المستهلك فى القانون والشريعة الإسلامية فى مدينة بورسعيد، من ٢٩ أبريل إلى ٣ مايو، ومن ١٥ إلى ١٨ يوليو، ١٩٩٥، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، ص ١٦٣ ـ ٢٨٥، وص ١٦٥.

(3) GREFFE (P.) et GREFFE (f.) op. cit. p. 811.
راجع كذلك، د. نصيف محمد حسين، النظرية العامة فى الحماية الجنائية للمستهلك، النسر الذهبى للطباعة، القاهرة، ١٩٩٨. ص ٥٨. د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ١٢٩.

فى ذلك بالظروف الملابسة، ووعى وثقافة المجتمع، ولكن يجب ألا تصل هذه المبالغة إلى حد الخداع بتغيير الحقيقة أو بطمسها بحيث يصعب معرفتها(١).

واعتماداً لما تقدم نجد أن المشرع الفرنسى قد حظر الإعلان الخادع بكافة صوره وأشكاله حماية للمستهلك، خاصة من خلال نصوص قانون الاستهلاك، حيث قررت نصوصه بأنه يكون ممنوعاً كل إعلان يتضمن – بأى شكل من الأشكال – إدعاءات أو بيانات أو عروضاً زائفة أو من شأنها التضليل، متى أنصبت على واحد أو أكثر من العناصر الآتية: وجود أو طبيعة أو مكونات المنتج أو صفاته الجوهرية، نسبة العناصر النافعة أو الفعالة فيه، النوع، المصدر، المقدار، طريقة وتاريخ الصنع، الخواص، سعر وشروط البيع، النتائج التى يمكن الحصول عليها باستعماله، أسباب وإجراءات البيع أو تقديم الخدمة، تعهدات المعلن، صفة أو كفاءة الصانع، بائع التجزئة(٢).

وفى القانون المصرى كان النص فى المادة رقم ٦ من قانون حماية المستهلك على حظر السلوك الخادع والإعلان الخادع وفصلت ذلك المادة رقم ١٧ من اللائحة التنفيذية لهذا القانون، كما أن القانون الجنائى كان وما زال

---

(١) وإلى نفس الاتجاه يذهب بعض الفقه الفرنسى إلى أن اللجوء إلى المبالغة فى الإعلان التجارى بهدف التأثير على إرادة المستهلك ومن ثم دفعه إلى التعاقد، هو سلوك محتمل ومسموح به، طالما أنها لم تخدعه، ولذلك فإنه يعتبر إعلاناً صحيحاً الإعلان عن شراب يتكون من مواد كيمائية على أنه شراب ذو طعم عصير الفواكه ولكنه يصير خادعاً إذا صاحبته صورة لفواكه ناضجة، إذ أن ذلك يدعو المستهلكين إلى الاعتقاد بأن الشراب مصنوع من عصير الفواكه فعلاً وذلك ليس صحيحاً، راجع، د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ١٣١ – ١٣٢. د. ثروت عبد الحميد، المرجع السابق، ص ٢٦.

- GREFFE (p.) et GREFFE (f.). OP. CIT. P. 810.
- Jean Calais – Auloy et Freank steinmetz. Op. cit. p. 111.

(٢) ويذهب جانب من الفقه الفرنسى إلى أن هذه النصوص تدين الإعلان التجارى الكاذب أياً كانت صورته سواء كان ملصقاً أم كان من خلال فيلم تليفزيونى، أو برنامج إذاعى، فضلاً عن المنتج نفسه، بالإضافة إلى المزاعم والإشارات والعروض إلى جانب النصوص المكتوبة والرسائل الصوتية والصور وخلافه راجع فى ذلك:

- Didier Ferrier, La protection des Consommateur, op. cit. pp. 40 – 41.

يتناول فى نصوصه تجريم أفعال الكذب والخداع والغش فى شأن السلع والمنتجات وكذلك فى الإعلان عنهما. وعليه يكون الحديث عن مناط الكذب والتضليل، أو الخداع فى الإعلان فى قانون الاستهلاك.

رابعاً ـ شروط أو مقومات الإعلان الخادع:

بينت المادة رقم ١٧ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك مناط أو مقومات الإعلان الخادع، كما أوضحت المادة رقم ١٦ من ذات اللائحة مناط السلوك الخادع الصادر عن المهنى "المورد أو المعلن" عامة وعليه يلزم حتى يكون الإعلان خادعاً توافر شروط يمكن التعبير عنها بمقومات الإعلان الخادع والتى يتمثل أولها فى موضوع هذا الخداع أى محله ويتمثل ذلك فى المنتج والذى يتضمن عرضاً أو بياناً أو إدعاءً كاذباً أو إلى أمر آخر ينصب على عنصر أو أكثر من عناصر المنتج ،اى العناصر التى أوردها النص، والمقوم الثانى هو الأثر بما يعنى أن يكون من شأن هذا العرض أو البيان أو الإدعاء الكاذب الذى أنصب على المنتج فى أحد عناصره – أى من شأن الخداع – أن يؤدى إلى خلق انطباع غير حقيقى أو مضلل لدى المستهلك سواء كان ذلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة. ومن مجمل ذلك يكون للإعلان الخادع مقومان الأول يعبر عن موضوع الكذب والتضليل حيث ينصب على المنتج فى أحد العناصر المذكورة. والثانى وهو التأثير حيث عناصر الكذب والتضليل وتأثيرهما بتضليل أو خداع المستهلك.

ا- المقوم الأول: موضوع الكذب والتضليل فى الإعلان الخادع:

. موضوع أو محل الكذب والتضليل فى الإعلان الخادع يتمثل فى أنه يتناول أحد العناصر الذاتية، أو الخارجية عن المنتج – السلعة أو الخدمة – وهذا العنصر من العناصر المنصوص عليها، وذلك متى كان هذا التناول يمثل كل أو بعض النشاط المهنى للمعلن. ويعنى بالعناصر الذاتية للسلعة أو الخدمة تلك العناصر المتعلقة بجوهر السلعة ومادتها وما يرتبط بذلك، والتى تكون

محلاً لاعتبار المستهلك لدى الإقبال على التعاقد، بدءً من وجود السلعة وطبيعتها وأصلها، ومروراً بخصائصها وقدرها، وانتهاءً بمكوناتها وجودتها[١]. وذلك كله فى إطار ما أورده المشرع من أمثلة لهذه العناصر فى المادة رقم ١٧ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦.

ويقصد بالعناصر الخارجة عن السلعة أو الخدمة العناصر التى تمثل اعتبارات معينة تحيط بالسلعة أو الخدمة محل الإعلان دون أن تكون داخلة فى تكوينها أو متعلقة بمادتها أو طبيعتها ويكون لها تأثير كبير فى قرار المستهلك بالتعاقد ومن هذه العناصر أو الاعتبارات طريقة وتاريخ إنتاج السلعة، وثمنها وطريقة التعاقد و شروطه، والأثر الفعال للسلعة أو الخدمة، والنتائج المرجوة منها، الباعث على عرض السلعة أو الخدمة، تعهدات المعلن، طبيعة وكفاءة البائع[٢].

وبذلك يجب أن ينصب الكذب والتضليل الصادر من المعلن فى الإعلان – الذى يتناول المنتج ويتضمن عرضاً أو بياناً أو إدعاءً كاذباً أو أى أمر آخر – على أحد العناصر أو أكثر من العناصر التالية:

- طبيعة السلعة أو تركيبها أو صفاتها الجوهرية أو العناصر التى تتكون منها هذه السلعة وكميتها[٣].

---

(١) راجع، د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ١٤٣.

(٢) المرجع السابق، ص ١٤٩.

(٣) وتطبيقاً لهذا العنصر، حيث أهميته الكبرى لدى المستهلك لارتباطه الوثيق بمدى جودة السلعة أو الخدمة وملاءمتها للغرض من التعاقد. كانت قد خصت المحاكم الفرنسية هذا العنصر بأحكامها حيث قضت إحدى المحاكم بإدانة المعلن بجنحة الإعلان الخادع عن إعلانه الوارد فى كتالوج مصور عن خاتم مصنوع من الذهب الخالص أو الماس المنقى بينما الحقيقة تخالف ذلك، وأنه كان مصنوع من سبيكة تم خلطها ببعض المعادن الأخرى. انظر هذا التطبيق وغيره.

- Trib. Corr. Besnçon, 7 Mai 1976. J. C. P. 1977. 18661.
- Cass. Crim. 12 Mars. 1984. Bull. Crim. 1984. P. 250.
- Cass. Crim. 29 Sept. 1979. D. 1980. I. R. 137.
- Cass. Crim. 18 Juin . 1984. D. 1984. I. R. 405

- مصدر السلعة أو وزنها أو حجمها أو طريقة صنعها أو تاريخ إنتاجها أو تاريخ صلاحيتها أو شروط استعمالها أو محاذير هذا الاستعمال[1].
- جهة إنتاج السلعة أو تقديم الخدمة.
- نوع الخدمة ومكان تقديمها ومحاذير استخدامها وصفاتها الجوهرية سواء أنصبت على نوعيتها أو الفوائد من وراء استخدامها.
- شروط وإجراءات التعاقد بما فى ذلك خدمة ما بعد البيع والضمان والثمن وكيفية سداده.
- الجوائز أو الشهادات أو علامات الجودة.
- العلامات التجارية أو البيانات أو الشعارات.
- خصائص المنتج والنتائج المتوقعة من استخدامه[2].

---

(١) وفق التطبيقات القضائية فى هذا الشأن منها ما أعتبر كذباً فى الإعلان الكذب فى مقدار السلعة حيث قيام وكالة عقارية بالإعلان عن بيع أرض فضاء صالحة للبناء مساحتها ٣٠٠ متر مربع والحقيقة أنها ٢٥٥ متر مربع فقط، وكذلك الإعلان عن بيع عبوات من مسحوق القهوة دون على كل منها أنها تزن واحد كيلو جرام وزناً صافياً، فى حين أنها فى الحقيقة سجلت متوسط عجز ٧,٨٣ جرام بدلاً من ٧,٥ جرام وهى النسبة المسموح بها قانوناً وذلك كله فى القضاء الفرنسى:

- T. Corr. Lyon. 10 avril. 1975.
- T. Corr. Lyon. 15 Fév. 1979.

وراجع هذه الأحكام وغيرها لدى د. أحمد السعيد الزقرد. الحماية المدنية من الدعاية الكاذبة والمضللة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٧، ص ١٠٥. وما بعدها. راجع، د. محمد عبد الشافى إسماعيل، ولا علامات التجارية الخادعة. مرجع سابق، ص ١٠٦.

(٢) حيث قيام المسئولية القانونية لصاحب الفندق الذى يوزع فى النشرات والإعلانات الخاصة بالفندق أنه يقدم خدمة فى مستوى فنادق ٣ نجوم، والحقيقة غير ذلك تماماً. وكذلك قيام مسئولية المعلن حيث الإعلان عن المنتجات الغذائية على انه خضع لمراقبة صحياً، فضلاً عن أن اختيارها قد تم بواسطة أكبر الطهاة مهارة، ودقة والحقيقة أن هذه الأغذية كانت منوعة فى أحد مصانع الأغذية.
راجع د. أحمد السعيد الزقرد ، المرجع السابق، ص ١٠١.

- T. Corr. Lyon. 12. decembre. 1983. Lettre de distribution 1984, 1– p.2.

ومن الجدير بالذكر أن العناصر المذكورة فى هذا النص ليست واردة على سبيل الحصر وإنما هى تعبر عن الحد الأدنى من العناصر المتعلقة بالمنتج الذى قد يتناوله الإعلان الخادع.

٢ـ المقوم الثانى: عناصر الكذب والتضليل فى الإعلان التجارى الخادع:

يجب لقيام الكذب والتضليل فى الإعلان التجارى أن توجد واقعة غير حقيقية أو مضللة تخص عنصر من عناصر المنتج، ويسمى ذلك بالعنصر المادى و قد عبر عن ذلك العنصر المشرع بالنص على أنه " يعد إعلاناً خادعاً الإعلان الذى يتناول منتجاً ويتضمن عرضاً أو بياناً أو إدعاءً كاذباً أو أى أمر آخر". و ذلك هو ما ورد فى نص المادة رقم ١٧ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك بشأن العنصر المادى للكذب و التضليل فى الاعلان التجارى.

كما يلزم لقيام الكذب والتضليل فى الإعلان التجارى أن يؤدى ما هو غير حقيقى إلى خلق انطباع غير حقيقى أو مضلل لدى المستهلك عن المنتج وهذا يمكن وصفه بالعنصر المعنوى ونوضح فيما يلى عناصر الكذب بالشرح كما يلى:

أـ العنصر المادى للكذب والتضليل فى الإعلان التجارى:

يعنى ذلك العنصر أنه يلزم أن يصدر عن المعلن سلوك خادع يتمثل فى إعلان خادع لمنتج يتضمن عرضاً أو بياناً أو إدعاءً كاذباً أو أى أمر آخر يخالف حقيقة هذا المنتج. بما من شأنه خلق انطباع غير حقيقى أو مضلل للمستهلك سواء كان ذلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، أى من شأنه خداع المستهلك.

وهذا يعنى أنه يلزم أن يحتوى الإعلان على إدعاءات أو بيانات عروض مضللة أياً كانت وسيلة الإعلان، ويعد الكذب فى الإعلان أحد صور السلوك الخادع، وهذا السلوك قد يكون بفعل إيجابى كأن يدعى المعلن فى الإعلان عن المنتج بأن المنتج قد حاصل على جوائز أو انه حصل على

شهادات أو علامات جودة عالية، وهو فى الحقيقة غير حاصل على جوائز أو شهادات أو علامات جودة أصلاً، وقد يكون بسلوك سلبى كأن يمتنع المعلن عن ذكر بيان فى الإعلان متى كان لهذا البيان دور مؤثر على إقدام المستهلك تجاه المنتج، ويؤكد ذلك أن التوجيه الأوربى الصادر فى ١٠ سبتمبر ١٩٨٤ قد نص صراحة فى المادة الثالثة منه على أن الإعلان المضلل يقع عن طريق إغفال إحدى الخصائص الجوهرية للسلعة محل الإعلان[١].

هذا ويلزم أن يكون هذا السلوك الخادع فى الإعلان من شأنه وقوع المستهلك فى حالة من الاعتقاد غير الحقيقى عن المنتج أو من شأنه تضليل المستهلك بشأن المنتج – وهذا فى رأينا يعبر عن العنصر المعنوى وليس المادى كما يرى الكثير من الفقهاء – حتى ولو لم يكن المستهلك قد وقع مثلاً فى هذا الاعتقاد ولو لم يكن قد ضل فعلاً فى حقيقة المنتج .و نرى أن معيار تقدير ذلك معيار موضوعى يستقل بتقديره قاضى الموضوع وفقاً ليقظة وفطنة المستهلك العادى، وسندنا فى ذلك ما هو قائم لدى القضاء الفرنسى حيث أعتماد معيار المستهلك المعتاد لاعتبار الإعلان التجارى خادعاً من عدمه من خلال البحث فى ما إذا كان سلوك المعلن – الإعلانى – من شأنه تضليل أو خداع المستهلك العادى أم لا؟ حيث لم يُخرج القضاء الفرنسى المبالغات الإعلانية من نطاق الإعلان التجارى الكاذب كلية، بل يقدر ذلك بأن تكون المبالغة فى الإعلان مما لا ينطلى على المستهلك العادى[٢].

ب ـ العنصر المعنوى للكذب والتضليل فى الإعلان التجارى الخادع:

أنصرف الفقه والقضاء فى تحديد مفهوم العنصر المعنوى للكذب والتضليل فى الإعلان التجارى الخادع إلى معنى غير دقيق فى رأينا، حيث

---

(١) راجع د. أحمد السعيد الزقرد، المرجع السابق، ص ٦٦.

(2) LEROY (M). ET mouffe (B). Le droit de La Publicité, Bruxelles, Brulants, 1996 P. 226.

ذهبا إلى أن العنصر المعنوى هنا يعنى أن يكون المعلن سيئ النية فى سلوكه الإعلانى الخادع أى قاصداً خداع أو تضليل الجمهور[1]. ولكننا نرى أن للعنصر المعنوى للكذب والتضليل فى الإعلان التجارى معنى أو مفهوم آخر يجب أن يراعى فيه مفهوم حماية المستهلك الذى سبق وأن أوضحناه، بما يعنى أنه ليس سوء النية هو قصد تضليل أو خداع المستهلك بل هو مجرد العلم بأن من شأن السلوك الإعلانى هذا خداع أو تضليل المستهلك، حيث أن توفير الأمان بمعناه الشامل تحقيقاً لمقومات الحد الأدنى من الحياة الكريمة للمستهلك يوجب على المعلن احترام كافة الحقوق المقررة للمستهلك فى القانون، ومن ثم فأن العنصر المعنوى هذا يعنى عدم احترام المهنى "وخاصة هنا المعلن" للحظر القائم بنص المادة الأولى من قانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦، حيث قرر المشرع بأن حرية ممارسة النشاط الاقتصادى مكفولة للجميع، ويحظر على أى شخص إبرام أى اتفاق أو ممارسة أى نشاط يكون من شأنه الإخلال بحقوق المستهلك الأساسية وخاصة تلك التى ذكرها النص، وذلك سواء كان هذا الإخلال عن قصد أو دون قصد.

وهذا يعنى أن المعلن لابد و أن يكون فى شأن هذا الحظر – أى فى شأن حظر المساس بحقوق المستهلك الأساسية – أكثر حرصاً وحذرا فيما يصدر عنه من سلوكيات إعلانية، بحيث لا يمس بها اى بالاعلانات– عن عمد أو دون عمد – حقوق المستهلك الاساسية .

كما أن المستهلك يتحقق له فى ظل هذا الحظر الحماية بصرف النظر عما إذا كان المهنى "المورد"، والمعلن قد قصدا الأضرار بالمستهلك أم غير

---

(١) انظر، د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ١٦٢ وما بعدها. أيضاً د. أحمد السعيد الزقرد، المرجع السابق، ص ٨٠ وما بعدها. أيضاً راجع، د. ممدوح محمد خيرى هاشم المسلمى، الحماية المدنية فى الإعلانات التجارية الكاذبة، مرجع سابق، ص ٥٦ وما بعدها.
- Jean Calais. Auloy et Frank Ṡtieinmetz, op. cit. P. 113 et s.

قاصدين تحقيق ذلك ، اى سواء كان سيئ النية أم لا؟ حيث أن سوء النية أو قصد الإضرار فى رأينا شرط لازم لتشديد مسئولية المهنى "المعلن" وليس لقيامها، ولذلك فإن العنصر المعنوى للكذب والتضليل فى الإعلان الخادع يكون حينما يمثل السلوك الإعلانى الخادع خرق لحظر المساس بالحقوق الأساسية للمستهلك ولا سيما حقه فى المعرفة الاستهلاكية بما من شأنه خلق إنطباع غير حقيقى أو تضليل المستهلك بشأن المنتج وعناصره[1].

وعلى ذلك فأنه يلزم أن يكون الكذب أو التضليل الوارد بالإعلان – الخادع – من شأنه أن يؤدى بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى خلق انطباع غير حقيقى أو مضلل لدى المستهلك أياً كانت وسيلة الإعلان ومتى كان ذلك وارداً على أحد العناصر المتعلقة بالمنتج محل الإعلان وكان عنصر من العناصر المذكورة بنص القانون. حيث أن ذلك يجعل المستهلك فى حالة من المعرفة الغير حقيقية بالمنتج "السلعة أو الخدمة" موضوع المعاملة الاستهلاكية وهذا بلا شك له تأثيره على إرادة المستهلك بما قد يدفعه للتعامل أو التعاقد على المنتج. وعليه إذا لم يكن من شأن هذا التضليل أو الكذب أدنى تأثير على تكوين عقيدة المستهلك حول المنتج فنرى أنه لا مجال للحديث عن مسئولية المهنى "المعلن" عن الإعلان الخادع، بما يعنى أنه يكفى أن يكون للتضليل أو للكذب فى الإعلان الخادع أثر ولو غير مباشر فى تضليل أو خداع المستهلك أو خلق انطباع غير حقيقى لديه عن المنتج، ولو لم يكن قد تم التعاقد عليه، وهذا فى

---

(١) ولذلك لا يتطلب لقيام المسئولية القانونية المدنيةسوء نية المعلن فى شأن الإعلان الخادع، أى لا يتطلب أن يتوافر لديه نية تضليل أو خداع المستهلك بل أن هذا الأمر مفترض لمجرد أن الإعلان التجارى الخادع، أى لا يتطلب أن يتوافر لديه نية تضليل أو خداع المستهلك بل أن هذا الأمر مفترض لمجرد أن الإعلان التجارى الخادع شكل خرقاً لحظر المساس بالحقوق الأساسية للمستهلك وما سوء النية أو قصد الإضرار إلا سبباً لتشديد المسئولية المدنية للمعلن أو لإضافة وصف آخر للمسئولية لتصبح إلى جانب المسئولية المدنية مسئولية جنائية.

إطار إعمال نص المادة رقم ١٧ من اللائحة التنفيذية وتطبيقاً لنصوص المواد رقم ١، و٢، و٦ من قانون حماية المستهلك.

خامساً ـ جزاء الإعلان الخادع:

لم ينظم المشرع المصرى بصورة خاصة او مستقلة مشكلة الإعلان التجارى الخادع ولم يقرر ايضا بصفة مستقلة وخاصة جزاء محدد يقع على المهنى "المعلن" متى شكل فعل الأخير إعلاناً خادعاً، ومع ذلك فأنه قرر جزاء على المهنى –المعلن - ولكن بصورة عامة فى نصوص قانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦، حيث يستخلص من نصوص قانون الاستهلاك وجود صنفين من الجزاءات تقع على عاتق من يرتكب إعلان تجارى خادع من المهنيون، الأول جزاء جنائى، والثانى جزاء مدنى.

وعن الاول قرر المشرع فى المادة رقم ٢٤ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ جزاء جنائى تمثل فى الغرامة المالية "الجنائية" توقع على كل من يخالف ما ورد فى نص المادة ٦ من ذات القانون والناهية للإعلان الخادع الذى قد يقوم به المهنى. وبمناسبة هذا الجزاء يلاحظ أن المشرع يعفى المهنى "المعلن" من المسئولية الجنائية أى من توقيع الجزاء الجنائى عليه متى كانت المعلومات التى تضمنها الإعلان الخادع فنية يتعذر على المعلن المعتاد التأكد من صحتها، وكان الذى أمده بها هو المورد.

وهذا يعنى أن هناك شرطان لإعفاء المعلن – كمهنى معتاد أى معلن معتاد – من المسئولية الجنائية عن الاعلان التجارى الكاذب وهما :

الشرط الأول: أن الإعلان التجارى الصادر عن المعلن مبنى أو معتمد فى جوهره على معلومات فنية متصلة او متعلقة بالمنتج وعناصره وليست متعلقة بوسيلة الإعلان أو أدواته أو غيرها من الأمور الفنية الإعلانية. وأن هذه المعلومات الفنية المتعلقة بالمنتج يتعذر على المهنى "المعلن المعتاد" التأكد من صحتها أو الإلمام بمعناها. ومفاد التعذر هنا تعنى فى رأينا الصعوبة البالغة أو

المشقة الكبيرة أو الخسارة البالغة إن جاهد المعلن للتأكد من صحة هذه المعلومات. أما إذا كان في إمكان المعلن التأكد من صحة هذه المعلومات الفنية ولكن بمشقة أو بصعوبة أو خسارة مألوفة فأنه لا مجال لإعفاء المعلن من المسئولية الجنائية، كما لو كان في إمكانه التأكد من صحة المعلومات الفنية لو أطلع على دليل تفسير هذه المعلومات. وكان ذلك الإطلاع يتطلب مثلاً دفع مصاريف رأسمالية – عادية – أو مصاريف لترجمة هذه المعلومات، و دفع أجرة لتعين إدارى معتاد لتفسير هذه المعلومات.

والشرط الثاني: هو أن يكون الذى أمده بالمعلومات الفنية التى تعتبر سبب التضليل أو الخداع الحادث للمستهلك، هو المهنى "المورد" وليس غيره.وبديهى فانه لا يعفى المعلن ان كان هو المورد نفسه. وهنا تكون المسئولية على المورد "كمهني" حيث يعد بذلك سلوك خادع، أى يعد إخلال لالتزامه بعدم خداع المستهلك، وأيضاً فهو إخلال لالتزامه بإعلام المستهلك.

وعن الجزاء الثانى فانه بناء على نص المادة رقم ٢٤ من قانون حماية المستهلك أيضاً نجد أن الجزاء الآخر جزاء مدنى يتمثل فى حق المستهلك فى طلب التعويض متى شكل الإعلان الخادع خطأ سبب ضرراً له كمستهلك وسواء أكانت هناك علاقة عقدية بينه وبين المهني "المعلن" أم لا.

ومع ذلك نرى أن الأمر لا يقتصر فى شأن الجزاء المدنى على التعويض وإنما يمكن أن يترتب على مخالفة المهنى "المعلن" لالتزامه بعدم خداع المستهلك أى لارتكابه سلوك الإعلان التجارى الخادع، قيام حق للمستهلك فى طلب إبطال عَقد الاستهلاك حيث يطلب المستهلك إبطال عقد الاستهلاك الذى أبرمه نتيجة للإعلان الخادع، وذلك تجاه المهنى "المورد" بوصفه المتعاقد، حيث أن الإعلان الخادع أثر بلا شك فى إرادة المستهلك المتعاقد وأوقعه فى خلط أو غلط أو خلق لديه انطباع غير حقيقى ومضلل عن المنتج موضوع العلاقة العقدية بما دفعه للتعاقد عليها مع أن إرادة رغم ذلك معيبة وسندنا فى ذلك أيضاً نص المادة الثانية من قانون حماية المستهلك،

وكذلك نص المادة العاشرة من ذات القانون بما يعنى أن السلوك الإعلانى الخادع يكفى بذاته سبباً لطلب إبطال عقد الاستهلاك لصالح المستهلك ـ رغم أن المهنى "المعلن" ليس طرفاً فى عقد الاستهلاك المراد إبطاله ـ وفى هذا إعمال لحقوق المستهلك التى أقرها القانون ولا سيما حقه فى الحفاظ على حقوقه الاساسية ، وكذلك تجنباً لصعوبة إعمال عيوب الإرادة فى إطار القواعد العامة للعقد. خاصة عيب التدليس ولصعوبة اثباته ، حيث يعد الإعلان الخادع تدليس من المورد على المستهلك حيث استعان المهنى "المورد" بالمهنى "المعلن" من خلال الإعلان الخادع كحيلة لتصوير الأمور على خلاف حقيقتها للمستهلك بقصد دفعه للتعاقد. ونظراً لصعوبة ذلك فنرى أن الإعلان الخادع يعد عيباً كعيب التدليس. يجيز للمستهلك طلب إبطال العقد لمصلحة تجاه المورد.

كما أننا نرى أيضاً أنه يمكن أن يكون الجزاء المدنى هو إلزام المهنى "المورد" بتنفيذ العقد الاستهلاكى وفقاً لما تضمنه الإعلان الخادع، حيث يعد ذلك على الأقل إن لم يكن جزاء تنفيذاً عينياً للعقد الاستهلاكى وفقاً لما أعلن عنه، حيث غالباً ما يمدح المعلن فى عناصر المنتج بأفضل مما هو عليه فى الواقع وهذا المنتج بهذه المواصفات قد يكون موجود ولكن التعاقد الاستهلاكى بين المورد والمستهلك قد يكون تم على المنتج بمواصفات أقل من المواصفات المذكورة فى الإعلان، فيطلب المستهلك من المهنى "المورد" تقديم أو تنفيذ الالتزام العقدى وفقاً لما تضمنه الإعلان الخادع وذلك كله عملاً بنص المادة رقم ٢٠٣، ونص المادة رقم ٢٠٥ من القانون المدنى المصرى، وذلك فيه بلا شك تحقيق أكثر لحماية أفضل للمستهلك وهذا أيضاً متصور قيامه على الأقل إعمالاً لنص المادة الثانية من قانون حماية المستهلك وإلا كان نص عديم الفائدة وهذا ما لا يقصده المشرع[1].

---

(١) حيث ينص القانون المدنى المصرى رقم ١٣١ لسنة ١٩٤٨ فى المادة رقم ٢٠٣ فقرة أولى على أنه "يجبر المدين بعد إعذاره طبقاً للمادتين ٢١٩، و٢٢٠ على تنفيذ التزامه تنفيذاً عينياً، متى كان ذلك ممكناً". =

الفرع الثانى

التزام المهنى "المورد" بتقديم الفاتورة للمستهلك

نص المشرع فى المادة رقم ٥ من قانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ على أن "يلتزم المورد بأن يقدم إلى المستهلك – بناء على طلبه – فاتورة تثبت التعامل أو التعاقد معه على المنتج، متضمنة بصفة خاصة تاريخ التعامل أو التعاقد وثمن المنتج ومواصفاته وطبيعته ونوعيته وكميته، وأية بيانات أخرى تحددها اللائحة التنفيذية وتنفيذاً لذلك نصت المادة رقم ١٥ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك على أنه "يلتزم المورد بأن يقدم إلى المستهلك – بناء على طلبه – فاتورة تثبت التعامل أو التعاقد معه على المنتج، دون تحميل المستهلك أية أعباء إضافية مالية كانت أم غير مالية، على أن تتضمن البيانات الآتية:

١- اسم المورد واسم محله التجارى.

٢- تاريخ التعامل أو التعاقد على المنتج.

٣- ثمن المنتج.

٤- نوع المنتج وصفاته الجوهرية.

٥- حالة السلعة إذا ما كانت مستعملة.

٦- كمية المنتج من حيث العدد أو الوزن.

= ونص المادة رقم ٢٠٥ الفقرة الثانية على أنه "....... (٢) – فإذا لم يقم المدين بتنفيذ التزامه جاز للدائن أن يحصل على شئ من النوع ذاته على نفقة المدين بعد استئذان القاضى أو دون استئذانه فى حالة الاستعجال – كما يجوز أن يطالب بقيمة الشئ من غير إخلال فى الحالتين بحقه فى التعويض". وهنا تكون المطالبة موجهة للمهنى خاصة المورد حيث هو المدين المتعاقد ومن ثم فهو المدين الملتزم بتسليم المنتج وفقاً لما ذكر فى الإعلان الخادع ويمكن أيضاً أن يكون تجاه المعلن إن كان قد خالف العقد الذى بينه وبين المورد فى شأن حقيقة الإعلان، ولأنه أى المعلن هو من أرتكب الإعلان الخادع ومن ثم تتحقق حماية أفضل للمستهلك.

٧- ميعاد التسليم.

٨- توقيع أو ختم المورد أو من يمثله قانوناً.

ويصدر الوزير قراراً بقوائم المنتجات التى يكتفى فيها ببيان أو أكثر من البيانات المشار إليها.

وفى حالة البيع بالتقسيط يجب أن تتضمن الفاتورة البيانات الإضافية الآتية:

- إجمالى مبلغ التقسيط للمنتج.
- السعر الفعلى للفائدة السنوية وكيفية احتسابها.
- تاريخ بدء احتساب الفائدة.
- عدد الأقساط وقيمة كل قسط.
- مدة التقسيط.
- الجزاءات التى تفرض على المشترى فى حالة التخلف عن دفع الأقساط أو التأخير فى سدادها.
- حقوق والتزامات طرفى التعاقد المتعلقة بملكية المنتج والتصرف فيه أثناء فترة التقسيط.
- ما يفيد إطلاع المستهلك على تلك البيانات الإضافية وقبوله لها".

وبموجب هذه النصوص يقع على عاتق المهنى "المورد" التزاماً بأن يقدم الفاتورة – أى المستند الكاف بذاته لإثبات التعامل أو التعاقد مع المستهلك على المنتج وفقاً للبيانات المذكورة – إلى المستهلك متى طلب الأخير هذه الفاتورة، فهذا الالتزام مناطه وفقاً لظاهر النص طلب المستهلك، حيث أن الأصل هو أن المهنى "المورد" غير ملزم بهذا الالتزام إلا إذا طلب المستهلك إعماله من خلال طلب الفاتورة، أى أن التزام المهنى "المورد" بتقديم الفاتورة التزام مشروط بطلب المستهلك[1]. وهذا الالتزام يمكن أن تثور حوله إشكاليه

---

(١) مع أن المهنى "المورد" قد يقوم من تلقاء ذاته بتقديم الفاتورة فى غير حالة طلب المستهلك لها فهنا يكون تقديمها وفقاً لما نص عليه المشرع أيضاً حيث لا يجوز له أن يخالف أى من التنظيم الوارد لها سواء فى نص القانون أو فى نص اللائحة.

قانونية أخرى وهى هل هو التزام أصلى مستقل قائم بذاته أم أنه التزام تابع لالتزام أصلى يتأثر بالتبعية بأوصافه وأثاره وقيامه وانقضائه، وعليه نرى أن الالتزام بتقديم الفاتورة التزام تبعى يتبع علاقة الاستهلاك كالتزام أصلى حيث لا تقوم قائمة لالتزام المهنى "المورد" بتقديم الفاتورة إلا إذا كان الالتزام الأصلى قائماً وصحيحاً، وما طلب المستهلك للفاتورة إلا تعبير عن رغبة المستهلك فى تنفيذ المهنى "المورد" لالتزامه بتقديم الفاتورة.

والطلب المقدم من المستهلك فى هذا الشأن ليس له شكل معين أو خاص فيمكن أن يكون فى صورة كتابة أوفى صورة شفوية، وليس له وقت محدد فيمكن أن يكون قبل إبرام العقد أو بعده متى كانت طبيعة المعاملة الاستهلاكية عقدية اى عقد من عقود الاستهلاك. ويمكن أن يتقدم بطلب بتقديم الفاتورة المستهلك ذاته أو من يمثله أو ينوب عنه أو من يكون له مصلحة فى ذلك.

كما أن طلب الحصول على الفاتورة هذه يمكن أن يقدمه المستهلك للمورد "المهنى" أيضاً فى علاقات الاستهلاك غير العقدية كما هو الحال فى علاقات تقديم الخدمات العامة التى يقدمها شخص من أشخاص القانون العام والتى تنظم العلاقة بينها وبين المستفيد من خدماتها "المستهلك" أحكام تنظيمية مثل تلك التى تكون بين المستشفى العام – كمهنى مورد أو غيره – والمريض المستهلك حينما يستفيد من خدمات هذه المستشفى.

والحكمة من إلزام المهنى "المورد" بتقديم الفاتورة للمستهلك عامة هى الحفاظ على حقوق المستهلك، ولا سيما حقه فى المعرفة الاستهلاكية وتسهيل طرق استيفاء حقوقه من المهنى. كما أنها تهدف أيضاً – أى الفاتورة – إلى الإثبات فهى دليل إثبات قاطع على وجود العلاقة الاستهلاكية – العقد خاصة – ما بين المهنى "المورد" والمستهلك وله حجة مطلقة تجاه المهنى "المورد" فقط ولذلك يمكن القول بأنه لا يكون للمورد "المهنى" أن يثبت علاقة الاستهلاك وما يترتب عليها من التزامات تجاه المستهلك إلا بالفاتورة متى كان قد طلبها

المستهلك، وهى ذات حجية مطلقة تجاه المهنى "المورد" لأنه هو الذى أصدرها.

وهى أى الفاتورة إن كانت دليل إثبات يستخدمه المستهلك فى مواجهة المهنى، إلا أنه يمكن للمستهلك أن يثبت حقه تجاه المهنى "المورد" بكافة طرق الإثبات خاصة وأن المهنى فى الغالب يكون تاجرا، كما أن المستهلك طرف ضعيف فلا يجوز أن نقيده فى الإثبات بطرق محددة ومحصورة قد تؤثر على الحماية المنشود له. كما أن لهذه الفاتورة أهمية عملية حيث أنها أداة الإثبات لاستفادة المستهلك من ضمان استبدال المنتج أو رده أو إرجاعه أو إصلاحه متى كان بالسلعة عيب أو ما يؤثر على الهدف منها.

وبتوصيف آخر يكون المدين بالالتزام بتقديم الفاتورة هو المورد "كمهنى"، ويحل محله فى ذلك من ينوبه أو من يمثله أو يعمل لديه من التابعين، ويكون الدائن بهذا الالتزام هو المستهلك أى من تعامل مع المهنى أو تعامل معه بشأن معاملة استهلاكية محلها منتج، بما يعنى أنه يجب على المورد "المهنى" أن يقدم هذه الفاتورة إلى المستهلك متى طلبها الأخير، ودون أن يتحمل المستهلك بأية التزامات مالية وغير مالية مقابل حقه فى الحصول على هذه الفاتورة، ويلزم أن تتضمن هذه الفاتورة حداً أدنى من البيانات قررتها نصوص المواد المذكورة، وتدور أغلبها حول هوية المهنى، وتاريخ المعاملة الاستهلاكية، وبيانات المنتج وظروف وشروط التعامل عليه ولا سيما ثمنه، وأية بيانات إضافية إلى جانب تلك المذكورة متى كانت الفاتورة بشأن علاقة بيع بالتقسيط حيث بيانات العق و تقسيط الثمن وشروطه وآثاره. وجزاء إخلال المهنى "المورد" بالتزامه بتقديم الفاتورة كما أوضحته المادة رقم ٢٤ من قانون حماية المستهلك له صورتين، الأول جزاء جنائى يتمثل فى توقيع الغرامة المالية عليه، ومن صور هذا الإخلال امتناع عن تقديم الفاتورة للمستهلك رغم طلب الأخير لها أو تقديمه لها بما يخالف البيانات الواجب ذكرها بالنص.

والجزء المدنى، حيث التزام المهنى بتعويض المستهلك عما قد يصيبه من أضرار نتيجة إخلال المهنى بالتزامه بتقديم الفاتورة كخطأ مدنى، حيث عدم تقديم المورد "المهنى" للفاتورة أصلاً أو تقديمها بطريقة معيبة كما لم يذكر فى الفاتورة السعر الفعلى للفائدة فتوقع المستهلك سعر آخر وترتب على إعمال المهنى للسعر المقرر من قبله الإضرار بالمركز المالى للمستهلك فيلتزم المهنى "المورد" هنا بتعويض المستهلك. كما أن هناك جزاء آخر وهو نشر الحكم الصادر ضد المورد "المهنى على نفقته كمحكوم عليه فى جريدتين يوميتين واسعتى الانتشار[1].

الفرع الثالث

التزام المهنى "المورد" بالإبلاغ عن عيب المنتج والالتزامات المترتبة عليه

تمهيد:

نص المشرع فى المادة رقم ٧ من قانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ على أنه "يلتزم المورد خلال مدة أقصاها سبعة أيام منذ اكتشافه أو علمه بوجود عيب فى منتج أن يبلغ الجهاز عن هذا العيب وأضراره المحتملة. فإذا كان يترتب على هذا العيب إضرار بصحة أو سلامة المستهلك التزم المورد بأن يبلغ الجهاز بهذا العيب فور اكتشافه أو علمه به، وأن يعلن توقفه عن إنتاجه أو التعامل عليه ويحذر المستهلكين بعدم استخدام المنتج.

وفى هذه الأحوال يلتزم المورد، بناء على طلب المستهلك، بإبدال المنتج أو إصلاح العيب أو إرجاع السلعة مع رد قيمتها دون أية تكلفة إضافية.

---

(١) راجع نص المادة رقم ٢٤ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦. حيث أن للفاتورة أهمية خاصة أيضاً فى حالة وجود عيب فى المنتج، فهى قد تكون سند الاستفادة من ضمان إرجاع المنتج أو استبداله أو صيانته، كما أنها السند للتقدم بالشكاوى ضد المهنى لدى جهات حماية المستهلك فى المجتمع المدنى، ولدى الجهات القضائية المختصة.

فإذا حدث خلاف فى تطبيق الفقرتين السابقتين يحال الأمر إلى الجهاز ليصدر قراراً ملزماً فى هذا الشأن.

وتبين اللائحة التنفيذية لهذا القانون إجراءات تطبيق هذه المادة".

وعملاً بذلك نص المشرع فى المادة رقم ١٩ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك على أنه "يلتزم المورد خلال مدة أقصاها سبعة أيام من تاريخ اكتشافه أو علمه بوجود عيب فى منتج يتعامل فيه أن يبلغ الجهاز عن هذا العيب وأضراره المحتملة.

ويكون التبليغ إلى جهاز حماية المستهلك بواسطة المورد أو من ينوب عنه بتوكيل رسمى على الاستمارة المعدة لذلك، على أن يتضمن بصفة خاصة ما يأتى:

١- اسم وصفة المبلغ ولقبه وجنسيته وعنوانه وموطنه المختار فى جمهورية مصر العربية، فإذا كان التبليغ قد تم بواسطة من ينوب عن المبلغ فيذكر اسمه ولقبه وعنوانه مع إرفاق سند موثق بالوكالة.

٢- بيان المنتج أو المنتجات المبلغ عنها.

٣- اسم المنتج وعنوانه.

٤- اسم المستورد وعنوانه، فى حالة كون المنتج مستورداً.

٥- تاريخ اكتشاف المبلغ للعيب أو علمه به.

٦- التحديد الفنى الدقيق للعيب محل التبليغ.

٧- الأضرار المحتمل حدوثها من العيب محل التبليغ، وبيان بكيفية توقى الضرر أو معالجة الآثار الناجمة عنه فى حالة حدوثه.

٨- الإجراءات والوسائل التى يتيحها المورد لتمكين المستهلك، حال طلبه ذلك، عن استبدال المنتج أو إصلاحه أو إرجاعه مع استرداد ثمنه وذلك كله دون أى نفقات إضافية.

٩- أية بيانات أخرى يرى المورد ضرورة تضمينها البلاغ.

ويقيد التبليغ في سجل خاص، ويسلم المبلغ إيصالاً بذلك متضمناً رقم القيد وتاريخ وساعة حصوله". ونص المشرع ايضا في المادة رقم ٢٠ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك على أنه "يلتزم المورد فور اكتشافه أو علمه بوجود عيب في المنتج يكون من شأنه الإضرار بصحة أو سلامة المستهلك أن يبلغ الجهاز عن هذا العيب وأضراره المحتملة، وأن يعلن توقفه عن إنتاجه أو تعامله مع المنتج المعيب، بأى شكل من الأشكال، وأن يحذر المستهلكين بعدم استخدام المنتج المعيب.

ويتم الإعلان والتحذير من خلال النشر في الصحف اليومية أو بالاتصال المباشر بالمستهلكين في الأحوال التي تسمح فيها طبيعة تداول المنتج بذلك، وفقاً للضوابط التي يصدر بها قرار من مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك.

ويكون التبليغ وفقاً للأوضاع والإجراءات المنصوص عليها في المادة "١٩" من هذه اللائحة. يتضح من النصوص المتقدمة أن المشرع قد فرض التزاماً على المهني "المورد" بابلاغ جهاز حماية المستهلك بعيوب المنتج وأضراره المحتملة، وذلك خلال سبعة أيام من تاريخ اكتشافه للعيب أو علمه به، وذلك بصفة عامة أى بصرف النظر عن وجود علاقة استهلاكية مع المستهلك من عدمه، كما أن المشرع في ذات النصوص فرض هذا الالتزام ايضا على المهني "المورد" ولكن بصورة فورية – أى دون الحق للمهني في الاستفادة من مهلة السبعة أيام – متى كان من شأن هذا العيب الإضرار بصحة أو سلامة المستهلك. وذلك وفق النموذج المقرر بالنص.

وألزم المشرع المهني "المورد" ترتيباً على الالتزامات السابقة بالتزامات أخرى مفادها أن يقوم المهني "المورد" بالتوقف عن إنتاج المنتج المعيب أو التعامل فيه وأن يعلن ذلك التوقف بأى شكل من الأشكال. وأن يقوم

كذلك بتحذير المستهلكين بعدم استخدام المنتج المعيب وأن يقوم بذلك من خلال الإعلان أو النشر فى الصحف اليومية أو بالاتصال مباشرةً بالمستهلك متى أمكن ذلك كله فى ضوء الضوابط المقررة بموجب قرارات مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك.

وعليه نتناول دراسة الالتزام الأصلى بالإبلاغ وما يترتب عليه من التزامات أخرى فيما يلى:

الغصن الأول

التزام المهنى "المورد" بإبلاغ جهاز حماية المستهلك بعيب المنتج وأضراره المحتملة الغير ماسة بصحة وسلامة المستهلك

تمهيد:

ألزم المشرع المهنى "المورد" بأن يبلغ جهاز حماية المستهلك خلال مدة أقصاها سبعة أيام من تاريخ اكتشافه أو علمه بوجود عيب فى المنتج الذى يتعامل فيه وأضراره. اى يبلغ الجهاز بهذا العيب وما يمكن أن يترتب عليه من أضرار. وهذا الالتزام فيه تقرير لحق المهنى "المورد" مفاده الاستفادة من ميعاد ناقص هو مدة سبعة أيام تبدأ من تاريخ اكتشافه أو علمه بعيب المنتج وما يمكن أن يرتبه من أضرار فعليه أن يقوم خلالها بالإبلاغ وإلا كان مخلاً بتنفيذ التزامه بالإبلاغ.

وبذلك فإن المدين بهذا الالتزام هو المهنى "المورد"، والدائن هو جهاز حماية المستهلك، ومناط قيام هذا الالتزام هواكتشاف وجود العيب فى المنتج وعلى ذلك نحدد المقصود بهذا العيب وطريقة أداء المهنى "المورد" لالتزامه بالإبلاغ كما يلى:

أولاً: العيب مناط الالتزام بالإبلاغ:

يجب حتى يلتزم المهنى "المورد" بإبلاغ جهاز حماية المستهلك بعيب المنتج أن يكون هو الذى اكتشفه أو علم به – أو من يمثله أو احد تابعيه – بحيث

لا يقوم هذا الالتزام على عاتقه إن كان يجهل العيب ، كما أنه لا يكفي ذلك بل لابد وأن يكون العيب الذى اكتشفه أو علم به المهنى "المورد" مطابقاً لمفهوم العيب الذى نص عليه المشرع فى نص المادة رقم ١ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦. والعيب بذلك هو كل ما يعبر عن نقص فى قيمة المنتج أو نقصه بحسب الغاية المقصودة منه يؤدى إلى حرمان المستهلك كلياً أو جزئياً من الاستفادة بالمنتج فيما أعد من أجله، ومنه الذى يعبر أيضاً عن النقص الذى ينتج عن خطأ فى مناولة السلعة أو تخزينها، ومثال لذلك حالة السيارة التى يشوبها عيب فنى – من خطأ عملية التصنيع أو التجميع – كعيب فنى فى المحرك قد يؤدى إلى عدم سيطرة قائد السيارة على سرعتها، ومثال آخر حالة الدواء التى تفسد مادته الفعالة نتيجة لنقله أو تخزينه فى ظروف مناخية تتفاعل فيها عناصره بما يفسد المادة الفعالة فيه، اوكانت صلاحيته منتهية ومع ذلك يتعامل فيه المورد "كمهنى" مع المستهلكين بشأنه.

كما يلزم فى العيب حتى يلتزم المهنى "المورد" بابلاغ جهاز حماية المستهلك به، ألا يكون المستهلك هو المتسبب فى إحداث هذا العيب – كما لو كان ظهور العيب نتيجة للاستعمال الخاطئ من المستهلك – حيث يعفى المهنى من الإبلاغ فى هذه الحالة، فمثلاً إذا ما كان المستهلك كمشترى للسيارة – المنتج – قد تسبب فى إحداث تلف فى محرك السيارة تسبب فى جعل سرعتها بطيئة عن السرعة المعتادة فهنا لا يلتزم المهنى "المورد" بابلاغ الجهاز بهذا العيب.

ثانياً: وجوب الإخطار بالعيب خلال المدة:

وفقا لنص المادة المذكور يجب على المهنى "المورد" أن يقوم بتبليغ جهاز حماية المستهلك بالعيب الذى يكتشفه أو يعلم به فى المنتج وأضراره، وفقاً لمفهوم العيب الذى حدده قانون حماية المستهلك خلال مدة أقصاها سبعة أيام من تاريخ اكتشافه أو علمه بالعيب وأن يبلغ كذلك بأضراره المحتملة وذلك متى

كان هذا العيب غير ماس بسلامة أو صحة المستهلك. وإلا كان مسئولاً مسئولية مدنية وجنائية تجاه الجهاز حيث إخلاله بحكم المادة رقم ٧ من قانون حماية المستهلك ويوقع عليه الجزاء المنصوص عليه في المادة رقم ٢٤ من قانون حماية المستهلك وهو الغرامة الجنائية المالية والتعويض المدني متى كان له مقتضى.

حيث يجب أن يبلغ الجهاز بالعيب والأضرار المحتملة لهذا العيب ويبين كيفية توقي هذه الأضرار وكيفية معالجة الآثار الناجمة عنه في حالة الضرر، وأن يكون الإبلاغ على الاستمارة المعدة لذلك من قبل الجهاز ومتضمنة للبيانات المنصوص عليها. وإلا كان الإخلال به موجب للجزاءات المنصوص عليها في المادة رقم ٢٤ من قانون حماية المستهلك.

الغصن الثاني

التزام المهني "المورد" بالإبلاغ عن العيب الماس بصحة وسلامة المستهلك

فرض المشرع صورة خاصة لإلتزام المهني "المورد" بإبلاغ جهاز حماية المستهلك بالعيب الذي يكتشفه في المنتج أو يعلم به، وذلك في حالة كون هذا العيب ضار بصحة أو سلامة المستهلك، حيث نظم المشرع هذا الالتزام وفرضه على المهني "المورد" دون إعطاء الأخير مهلة أو مدة يُبلغ خلالها الجهاز بالعيب. بمعنى أنه يجب على المهني "المورد" أن يبلغ جهاز حماية المستهلك بالعيب المضر بصحة أو سلامة المستهلك فورا وذلك بمجرد اكتشاف العيب في المنتج أو علمه به وليس له الحق في مدة السبعة أيام المقررة في الصورة العادية للالتزام بالإبلاغ بعيوب المنتج وأضراره وإلا قامت مسئوليته القانونية عن ذلك.

وقرر هذا الالتزام المشرع في نص المادة رقم ٧ من قانون حماية المستهلك، كما فرض فيه المشرع تحقيقاً للصورة العامة والخاصة للالتزام

بالإبلاغ عن العيب، بعض الواجبات الأخرى أيضاً على عاتق المهنى، وأول هذه الواجبات أن يتوقف أى يمتنع المهنى "المورد" عن إنتاج هذا المنتج المعيب، أو يتوقف عن التعامل عليه إن لم يكن هو الذى أنتجه – كالمستورد أو مقدم الخدمة، وثانيها أن يعلن عن توقفه عن إنتاج المنتج أو توقفه عن التعامل على المنتج وذلك بمجرد اكتشافه أو علمه بالعيب، وهذا الإعلان يكون بأى شكل من الأشكال كتابة أو شفاهة أو بصورة عرفية أو رسمية، وفضلت اللائحة التنفيذية أن يتم الإعلان من خلال النشر فى الصحف اليومية أو بالاتصال المباشر بالمستهلك متى أمكن ذلك وذلك كله فى إطار ما يصدر من قرارات حاكمة عن جهاز حماية المستهلك فى هذا الشأن.

وثالثاً هذه الواجبات أن يقوم المهنى "المورد" بتحذير المستهلك بعدم استخدام المنتج المعيب فور اكتشافه العيب أو علمه به متى كان مضر بصحة أو سلامة المستهلك، ولا يوجد شكل محدد لهذا التحذير حيث قد يكون من خلال نشر التحذير فى الصحف اليومية أو بالاتصال المباشر بالمستهلك متى أمكن ذلك فى إطار احترام الضوابط الصادر بها قرار من مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك.

وهذا الالتزام يعد تطبيقاً هاماً لحق المستهلك فى الأمان أى الحق فى الصحة والسلامة عند استعماله العادى للمنتجات هذا ويجب أن يكون التحذير والتبليغ وفقاً لما هو منصوص عليه فى نص المادة رقم ٩ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك، حيث وجوب تضمن الإبلاغ البيانات والعناصر التى نصت عليها المادة المذكورة والتى منها بيان التحديد الفنى الدقيق للعيب محل التبليغ، وبيان الأضرار المحتمل حدوثها من العيب محل التبليغ، وبيان كيفية توقى الضرر أو معالجة الآثار الناجمة عنه فى حالة حدوثها.

وجزاء مخالفة هذا الالتزام – أى الالتزام بالإبلاغ فى صورته العامة والخاصة – ومخالفة ما يترتب عليه أو يرتبط به من التزامات قررته المادة

رقم ٢٤ من قانون حماية المستهلك فى ضوء الحظر القائم فى المادة ٢ من هذا القانون. حيث توقيع العقوبة الجنائية المتمثلة فى الغرامة المالية، والتعويض المدنى للمضرور متى كان له مقتضى كجزاء مدنى بالإضافة إلى نشر الحكم فى جرائد يومية واسعة الانتشار.

هذا مع وجوب مراعاة أن هناك التزام عام يقع على المهنى "المنتج" مفاده أن يعلم المستهلك فى الأحوال التى يمكن أن يؤدى فيها استخدام المنتج إلى الإضرار بصحة وسلامة المستهلك بأن يعلمه بالطريقة الصحيحة لاستخدام المنتج وكيفية الوقاية من الأضرار المحتملة وكيفية علاجها فى حالة حدوثها، وذلك بصرف النظر عما إذا كان هناك التزام على المورد "كمهنى" بالإبلاغ عن عيب المنتج وأخطاره من عدمه.

وذلك لأن الالتزام بالإعلام هذا يقع على عاتق المنتج "كمهنى" أى مفروض على عاتق من يقوم بإنتاج السلعة، وهذا غالباً ما يكون التزام قبل عقدى مع أنه يمكن أن يكون التزاماً عقدياً لو أتفق عليه أطراف علاقة الاستهلاك. والإخلال أو مخالفة هذا الالتزام يرتب إعمال نص المادة رقم ٢٤ من قانون حماية المستهلك حيث العقوبة الجنائية الغرامة المالية التى يمكن توقيعها على المهنى "المنتج" والتعويض المدنى إن كان له مقتضى بالإضافة إلى إمكانية طلب ابطال العقد لمصلحة المستهلك متى تعيبت إرادته نتيجة ذلك. كما ينشر الحكم فى الجرائد اليومية، كما أن فى مخالفة هذا الالتزام مخالفة أيضاً لنص المادة رقم ٣ ونص المادة رقم ٧ من قانون حماية المستهلك(١).

---

(١) حيث نصت اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك فى المادة رقم ١٢ منها على التزام المنتج بهذا الواجب، حيث قررت فى النص على أنه "فى الأحوال التى يمكن أن يؤدى فيها استخدام المنتج إلى الإضرار بصحة وسلامة المستهلك، يلتزم المنتج بأن يبين الطريقة الصحيحة لاستخدام المنتج وكيفية الوقاية من الأضرار المحتملة وكيفية علاجها فى حالة حدوثها".
وهذا النص يجعل المدين بهذا الالتزام كمهنى هو المنتج أى من ينتج أو يصنع أو يكون المنتج أو السلعة، والدائن فى هذا الالتزام هو المستهلك وفى الظاهر هذا الالتزام=

الفرع الرابع

التزام المهنى "المورد" بضمان العيب وعدم المطابقة

تمهيد:-

نص المشرع فى المادة رقم ٨ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ على أنه "مع عدم الإخلال بأية ضمانات أو شروط قانونية أو اتفاقية أفضل للمستهلك، وفيما لم يحدده الجهاز من مدد أقل بالنظر إلى طبيعة السلعة، للمستهلك خلال أربعة عشر يوماً من تسلم أية سلعة الحق فى استبدالها أو إعادتها مع استرداد قيمتها وذلك إذا شاب السلعة عيب أو كانت غير مطابقة للمواصفات أو الغرض الذى تم التعاقد عليها من آجله، ويلتزم المورد فى هذه الأحوال – بناء على طلب المستهلك – بإبدال السلعة أو استعادتها مع رد قيمتها دون أية تكلفة إضافية.

وفى جميع الأحوال تكون مسئولية الموردين فى هذا الخصوص مسئولية تضامنية. وفى حالة وجود خلاف حول وجود عيب بالسلعة أو مطابقتها للمواصفات أو الغرض الذى تم التعاقد عليهما من أجله يحال الأمر إلى الجهاز ليصدر قراراً ملزماً فى شأنه".

ونص المشرع أيضاً فى المادة رقم ٩ من قانون حماية المستهلك على أن "يلتزم كل مقدم خدمة بإعادة مقابلها أو مقابل ما يجبر النقص فيها أو إعادة تقديمها إلى المستهلك، وذلك فى حالة وجود عيب أو نقص بها وفقاً لطبيعة

=يكتسب الطبيعة العقدية ولكننا نراه أيضاً ذات طبيعة نصية او غير عقدية حيث يلتزم به المهنى أيضاً قبل التعاقد حتى يعلم المستهلك بمخاطر المنتج ومخاطر استخدامه وبيان أى أضرار تحدث عن الاستخدام حتى يستطيع المستهلك أن يدخل بداية فى علاقة الاستهلاك – وهو على بينة – من عدمه بما فيه من تحقيق للأمان حيث حق المستهلك فى الصحة والسلامة، وذلك كما أنها تعد تطبيقاً خاصاً فى رأينا لنص المادة رقم (٧) من قانون حماية المستهلك حيث أن هذا النص نراه نص عام لأن المنتج الذى يكون به عيوب هو ذلك الذى يتعامل فيه المورد، وعليه فأن المهنى الذى يتعامل فى هذا المنتج يقع عليه هذا الالتزام سواء كان منتج أو موزع أو مورد أو مستورد ...الخ.

الخدمة وشروط التعاقد عليها والعرف التجارى ويحال أى خلاف حول الإخلال بالخدمة إلى الجهاز ليصدر قراراً ملزماً فى شأنه".

ويتضح من النصان السابقان أن المشرع فى قانون حماية المستهلك قد فرض التزاماً على عاتق المهنى "المورد، ومقدم الخدمة" بضمان عدم وجود عيب فى المنتج"السلعة و الخدمة"، ويضمن عدم وجود نقص فيها، وذلك ما لم يكون هنا ضمان أو التزام يضمن للمستهلك ذلك بصورة أفضل أى أن هذان الالتزمان المنصوص عليهما فى النصان السابقان يشكلان الحد الأدنى من الضمان، حيث يلتزم المهنى بضمان عدم وجود العيب فى المنتج وعدم نقص الخدمة، ويضمن مطابقة المنتج للمواصفات ، وذلك لصالح المستهلك المتعامل معه ،بما يحق معه للمستهلك أن يطلب اعمال الضمان فى المعاملة الاستهلاكية حيث رد السلعة مع إعادة مقابلها، وحق إبدالها وكذلك حق المستهلك فى ضمان الخدمة الناقصة أو المعيبة.

وفى ضوء ما تقدم نتناول فيما يلى صور هذا الضمان وأحكامه فى ضوء ما هو منصوص عليه فئ القانون ولائحته التنفيذية .

الفصل الأول

ضمان المورد "المهنى" بإبدال ورد السلعة

تمهيد:-

قرر المشرع بأنه يقع على المهنى "المورد" متى كان موضوع علاقة الاستهلاك سلعة، التزاماً بأن يقبل إبدال السلعة أو استردادها مع إعادة ما استلمه من قيمتها متى كانت هذه السلعة معيبة أو كانت غير مطابقة للمواصفات أو الغرض الذى تم التعاقد عليها من أجله، وذلك دون أى تكلفة على المستهلك، وهذا يمثل حقاً للمستهلك يسمى بالحق فى استبدال أو رد "إعادة" السلعة المعيبة أو الغير مطابقة للمواصفات. وبذلك فأن الاستبدال أو الإبدال ضمانة خاصة من

ضمانات المستهلك يمكن الاتفاق على زيادته أو يتفق على تقرير ضمان آخر أفضل منه ولا يمكن الإتفاق على الانتقاص منه أو الإعفاء منه وإلا عد ذلك الاتفاق باطل. حيث أن هذا الضمان بذلك يمثل حد أدنى من الحماية للمستهلك لا يجوز الاتفاق على الانقاص منها أو الإعفاء منها، وإلا كان الإتفاق هذا باطل وذلك عملاً بنص المادة رقم ١٠ من قانون حماية المستهلك، ونوضح كل ذلك فيما يلي:

أولاً: حق المستهلك فى إبدال السلعة المعيبة وردها:

تفسيراً لنص المادة رقم ٨ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ يمكن أن نقرر بأن المشرع نظم حق المستهلك فى استبدال السلعة وإعادتها وفقاً لشروط وأوضاع معينة لابد من التقيد بها، وهى شروط منها ما هو متعلق بمدة ممارسة هذا الحق، ومنها ما هو متعلق بالسلعة محل الرد أو الاستبدال من حيث ما يلحق السلعة من عيب أو عدم مطابقة للمواصفات وغيرها، ومنها ما يلحق بعدم جواز الخروج عن أحكام هذا الضمان إلا بما يوفر حماية أفضل للمستهلك.

وبذلك فأن حق المستهلك في استبدال السلعة أو إعادتها يعد حقاً قانونياً متعلقاً بالنظام العام وفق مفهوم النظام العام الحمائى باعتباره- اى المستهلك - طرف ضعيف ، ومن ثم لا يجوز للمستهلك أن يتنازل عنه مسبقاً، كما يقع باطلاً بطلاناً طلقاً كل شرط أو اتفاق ينتقص من هذا الحق أو يقيد أو يحد من ممارسة هذا الحق، وذلك بهدف تحقيق حماية جدية لمن تقرر له تتناسب وأهمية ركن الرضاء فى التعاقد[1].

ويهدف حق المستهلك هذا إلى دفع المهنى "المورد" أيضاً إلى مراعاة حسن النية فى تنفيذ المعاملات الاستهلاكية، وفى تنفيذ العقد بتسليم الشئ

---

(١) راجع، د. خالد عبد المنعم إبراهيم مصطفى، حماية المستهلك فى التعاقد الالكترونى، مرجع سابق، ص ٧٣٨.

المطابق للمواصفات أو الغرض الذى تم التعاقد عليه من آجله، وهو يدخل فى إطار القواعد القانونية التى تهدف إلى حماية الطرف الضعيف فى العقد، وهو المستهلك، بما يؤكد توافر خصائص حماية المستهلك فى القواعد المنظمة للحماية. ومع ذلك يجوز للمستهلك أن يتنازل عن حقه هذا طالما ثبت له الحق فيه، أى بعد نشأته وثبوته له، وذلك بعدم ممارسته للحق فى استبدال السلعة أو ردها.

ثانياً : حالات وشروط الاستبدال والرد:

١ـحالات الحق فى الاستبدال والرد:

يشترط لقيام الحق فى الاستبدال والرد من حيث السلعة محل علاقات الاستهلاك أن تكون السلعة فى حالة من الحالات الثلاثة الآتية:

الحالة الأولى: أن تكون السلعة قد شابها عيب أى يكون شابها نقص فى قيمتها أو نفعها بحسب الغاية المقصودة منها ،يؤدى إلى حرمان المستهلك كلياً أو جزئياً من الاستفادة بها فيما أعدت من أجله، أو كان النقص نتج عن خطأ فى مناولة السلعة أو تخزينها.

الحالة الثانية: إذا كانت السلعة غير مطابقة للمواصفات المقررة قانوناً أوالمحددة وفق قواعد المواصفات القياسية او المتفق عليها بحسب الأحوال.

الحالة الثالثة: إذا كانت السلعة غير مطابقة للغرض الذى تم التعاقد عليها من أجله، مثلاً إذا تم شراء جهاز كهربائى مثلاً مولد لتوليد طاقة كهربائية لأحد المصاعد الكهربائية وفى الحقيقة لا يصلح إلا لتشغيل أجهزة كهربائية منزلية عادية كالغسالات والثلاجات وغيرها دون صلاحية لتشغيل المصاعد الكهربائية.

٢: الشروط من حيث السلعة موضوع الحق:

إن حق الاستبدال والرد يرد على كافة السلع أياً كانت طبيعتها طالما كانت هذه الطبيعة تقبل ذلك أو تمكن من ممارسة هذا الحق، حيث نصت المادة

الثامنة من قانون حماية المستهلك على حق المستهلك فى استبدال ورد أية سلعة مع استرداد قيمتها إذا شابها عيب أو كانت غير مطابقة للمواصفات أو لم تحقق الغرض الذى تم التعاقد عليها من أجله. وذلك ما لم يقرر جهاز حماية المستهلك خلاف ذلك فى شأن رد أو استبدال بعض السلع.

و يلاحظ على نص المادة الثامنة هذا أنه جاء بصيغة عامة أى جاء مطلقاً فيما يتعلق بحق المستهلك فى استبدال السلعة وإعادتها إلى المهنى "المورد"، وفى أية معاملة من معاملات الاستهلاك، بحيث يثبت حق الاستبدال أو الرد هذا فى كافة أنواع المعاملات الاستهلاكية متى كانت السلعة محل هذه المعاملة معيبة أو غير مطابقة للمواصفات أو غير محققة للغرض الذى تم التعاقد عليها من أجله.

وعلى المستهلك أن يختار ما يراه مناسباً لظروفه ومحققاً لمصالحه حسب إرادته ومشيئته بصرف النظر عن موقف المورد. فقد يطلب المستهلك إعادة السلعة المعيبة أو غير المطابقة، ويعرض المورد استبدالها بأخرى خالية من العيوب، فتكون العبرة بإرادة المستهلك واختياره ما لم يكن هذا الأخير متعسفاً فى استعمال حقه حسب نص المادة الخامسة من القانون المدنى[1].

ومن حيث الأشياء التى تعبر عنها السلع يرى البعض من الفقه أن حق المستهلك فى الاستبدال والرد يرد فقط على الأشياء المادية المنقولة كالسلع والمنتجات، ويستبعد من نطاق تطبيقه المنقولات المعنوية والأموال العقارية أو النقود والأوراق المالية كالأسهم والسندات[2].

---

(١) راجع د. محمد المرسى زهرة، الحماية المدنية للتجارة الالكترونية، مرجع سابق، ص ١٠٧ – ١٠٨. د. خالد عبد المنعم إبراهيم، المرجع السابق، ص ٧٣٨ – ٧٣٩.

(٢) د. ممدوح محمد على مبروك، ضمان مطابقة المبيع فى نطاق حماية المستهلك، دراسة تحليلية فى القانون المدنى وقانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦، ولائحته التنفيذية وبعض القوانين الأجنبية، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٨، ص ١٦٠.

وإن كنا نرفض ذلك الحصر لأن المشرع أطلق مفهوم السلع فى قانون حماية المستهلك وفى هذا الحق بالذات ليشمل السلع المنقولة المادية والمعنوية وأيضاً يشمل السلع العقارية. كما أن المشرع إذا كان يريد إتباع الرأى الذى نرفضه لكان نص صراحة عليه – أى نص على استبعاد السلع العقارية والمنقولات المعنوية من نطاق الاستبدال والرد – أو خول الوزير المختص أو مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك سلطة تحديد السلع محل الاستبدال أو الرد.

وبذلك فإن السلعة محل حق الاستبدال ومحل الرد قد تكون منقول معنوى أو مادى، وقد تكون عقار، كما أن الحق فى الاستبدال أو الرد لا يرد على الأشياء الاستهلاكية ذات الذوق الشخصى كالمواد الغذائية سريعة التلف وذلك مراعاة لطبيعتها التى تستعصى على الاستمرار الزمنى اللازم لعملية الاسترداد أو الاستبدال، وذلك ما لم يوجد تغيير يجعلها غير صالحة للاستعمال أو تكون غير مطابقة للطلب، فيرد عليها الحق فى الاستبدال أو الرد، ويجب على المستهلك أن يحتفظ بها بحالتها حتى يردها إلى المهنى "البائع"(1).

وهذا الحق بالطبع قاصر على المستهلك وهو الدائن به تجاه المهنى "المورد" المدين به، حيث يلتزم المورد بضمان الاستبدال والرد أى الالتزام بضمان خلو المنتج "السلعة" محل المعاملة الاستهلاكية من العيوب، ويضمن مطابقتها للمواصفات المقررة قانوناً والمتفق عليها ويضمن مطابقتها للغرض أى أنها محققة للغرض الذى تم التعاقد عليها من أجله.

٢ـ: مدة ممارسة الحق فى الاستبدال والرد:

نظم المشرع صراحة مدة ممارسة المستهلك لحقه فى الاستبدال والرد، وذلك مراعاة منه لما يترتب عن الاستبدال أو الرد من آثار سلبية على معاملات الاستهلاك، ولا سيما عقد البيع الاستهلاكى حيث المساس بالمبدأ العام

---

(١) د. ممدوح محمد على مبروك، ضمان مطابقة المبيع، المرجع السابق، نفس الموضع.

الذى يقضى بلزوم العقد ووجوب تنفيذها وعدم الرجوع فيها، وما يترتب على ذلك من مساس باستقرار التعامل فأنه يلزم أن يكون استعمال حق المستهلك فى الاستبدال أو الرد مقيداً بمدة زمنية محددة يتم خلالها ذلك، وإلا أصبح العقد بفواتها باتاً نهائياً لا رجعة فيه، أى وإلا سقط حق المستهلك فى ممارسة حق الاستبدال والرد لفوات الميعاد المحدد لاستعمال الحق.

ولذلك قرر المشرع فى المادة الثامنة من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ أنه يجب على المستهلك أن يستعمل حق الاستبدال والرد خلال مدة مقدارها ١٤ يوماً "أربعة عشر يوماً" تبدأ فى السريان من تاريخ تسلمه السلعة المبيعة أو الغير مطابقة. وهذه المدة فى الغالب تكفى المستهلك حتى يقوم بفحص السلعة ويتبين ما بها من عيوب ومدى مطابقتها للمواصفات والغرض المتفق عليه من عدمه، واكتشاف ما بها من عيوب أمر بسيط ما دامت ليست بخفية. وهذا الميعاد هو ميعاد سقوط لا يرد عليه وقف ولا انقطاع.

كما أن المشرع منح جهاز حماية المستهلك فى هذا الشأن سلطة أن يحدد مدد أخرى أقل من هذه المدة مراعاة منه لطبيعة السلعة بحيث يكون من الواجب على المستهلك خلالها ممارسة حقه فى الاستبدال أو الرد وإلا سقط حقه فى ذلك.

كما أنه يمكن للمهنى "المورد" والمستهلك أن يتفقا على مدد أطول من هذه المدة حيث فى ذلك تحقيق لمصلحة أفضل للمستهلك عملاً بنص المادة الثامنة من القانون، حيث تعد المدة المحددة فى النص – أى مدة الـ ١٤ يوم – تمثل الحد الأدنى لحماية المستهلك فى مدة ممارسة حق الاستبدال والرد فلا يجوز الإتفاق على الانتقاص منها أو إعفاء المهنى منها وإلا كان الإتفاق باطل بطلاناً مطلق، ولكن يجوز الاتفاق على الزيادة فيها طالما ذلك يحقق حماية أفضل للمستهلك وفقاً لفكرة النظام العام الحمائى.

ثالثاً: إعمال الحق فى الاستبدال والرد:

منح المشرع المصرى المستهلك بموجب المادة الثامنة من قانون حماية المستهلك الحق فى ممارسة استبدال السلعة أو ردها وذلك خلال المدة المحددة فى النص أوالمحددة بقرار من الجهاز حسب الأحوال، وذلك باتباع أحد طريقين، إما طلب المستهلك رد السلعة – المعيبة أو الغير مطابقة – واسترداد ثمنها، وأما إعادة السلعة إلى المهنى "المورد" لتغييرها أو استبدالها بأخرى صحيحة ومطابقة ذلك فى خلال المدة.

ومن المتصور أن يجمع المستهلك فى استعمال الحق هذا بين الطريقين "الرد والاستبدال" معاً كما لو طلب استبدال "تغيير" المنتج أو السلعة المعيبة أو الغير مطابقة بأخرى خلال المدة وتبين له بعد التغيير أن المنتج لا يصلح للاستعمال المخصص من أجله، فيطلب عندئذ رد المبيع واسترداد الثمن، وبذلك فأنه يكون قد مارس حقه بالطريقين معاً فى خلال المدة المحددة، ويتم ذلك دون حاجة إلى حكم قضائى[1].

وتنفيذاً لما تقدم يكون على المهنى "المورد" بناء على طلب المستهلك القيام بإبدال السلعة أو استعادتها مع رد قيمتها دون أن يتحمل المستهلك أية تكلفة إضافية، حيث بذلك يكون حق المستهلك فى الاستبدال أو الرد ضمان على المهنى "المورد"، والذى يتحمل بنفقات الاستبدال والرد هنا هو المهنى "المورد" حيث أنه هو الذى يضمن عدم وجود عيب فى السلعة ويضمن مطابقتها للمواصفات والغرض، وعليه فأن المشرع يفترض لقيام هذا الحق ألا يكون المستهلك قد أرتكب خطأ أحدث هذا العيب او ادى لعدم المطابقة فى السلعة[2].

---

(١) انظر فى تفاصيل حق الرد فى بعض البيوع عبر الوسائط د. أحمد السعيد الزقرد، حق المشترى فى إعادة النظر فى عقود البيع بواسطة التلفزيون، مجلة الحقوق، الكويت، السنة التاسعة عشرة، العدد الثالث، ربيع ثانى، ١٤٢٦هـ، ١٩٩٥م. وراجع، د. خالد عبد المنعم إبراهيم مصطفى، المرجع السابق، ص ٧٤٠.

(٢) قارب د. خالد عبد المنعم إبراهيم مصطفى، المرجع السابق، نفس الموضع.

رابعاً: المسئولية التضامنية للموردين فى الضمان ودور جهاز حماية المستهلك:

لجهاز حماية المستهلك عامة دور هام فى منظومة الاستهلاك وحماية المستهلك، وفى إطار ضمان المهنى "المورد" بضمان العيب وعدم المطابقة يظهر دور الجهاز، حيث إذا ما حدث خلاف بين المهنى والمستهلك حول العيب الذى لحق السلعة أو حدث خلاف حول مسألة المطابقة من عدمها، فأن الذى يختص بالفصل فى هذا النزاع جهاز حماية المستهلك – من خلال لجنة يخصصها لذلك – ويكون قراره الصادر فى هذا الشأن ملزماً للطرفين المهنى "المورد" والمستهلك.

وبذلك يصدر القرار من قبل لجنة ينشأها مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك يتداعى أمامها أطراف علاقات الاستهلاك المهنى والمستهلك، ويكون لقرارات هذه اللجنة قوة الأحكام القضائية الصادرة عن المحكمة الابتدائية بحيث يكون الطعن عليها أمام محكمة الاستئناف المختصة، وذلك كله وفقاً للقواعد العامة المقررة فى قانون المرافعات المدنية والتجارية[1].

ومن الجدير بالذكر أنه إذا ما تعدد المهنيين "الموردين" فى شأن الالتزام بضمان رد أو استبدال السلعة المعيبة أو الغير مطابقة، فأنهم يكونوا مسئولين مسئولية تضامنية أى مدينين بالتضامن بينهم فى كافة أمور الالتزام بالضمان سواء من حيث استبدال السلعة أو استردادها، ودفع ثمنها أو فى أداء ما يترتب على هذا الالتزام من آثار مالية قد تمثل مثلاً فى تعويض المستهلك عما أصابه من ضرر جراء إخلالهم بالتزامهم بضمان الرد والاستبدال. وكذلك متضامنين فى رد قيمة السلعة أو الخدمة موضوع الضمان.

---

(١) انظر، نص المادة رقم ١٧ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦، والمواد أرقام من ٤٦ حتى ٤٨ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك.

خامسا: آثار أعمال الحق فى الرد والاستبدال:

يترتب على ممارسة المستهلك لحقه فى رد السلعة المعيبة أو الغير مطابقة للغرض أو للمواصفات، آثار هامة منها ما يتصل بالبائع "المهنى اى المورد" ومنها ما يتعلق بالمستهلك ونوجز ذلك فيما يلى:

سادساً: آثار الرد بالنسبة للمورد:

إذا كان المستهلك قد استعمل حقه فى رد السلعة، وكان قد سدد الثمن كلياً أو جزئياً وجب على المهنى "المورد أى البائع" رد هذا الثمن وذلك طبقاً لنص المادة رقم ٨ من قانون حماية المستهلك التى ألزمت المهنى "المورد" برد قيمة السلعة للمستهلك إذا طالب هذا الأخير بالرد. ويكون الالتزام بالرد تضامنى متى كان الموردين فى هذا الشأن متعددين.

وفى شأن تقدير أو تحديد الثمن الواجب الرد فأننا نؤيد وبحق الرأى القائل بأنه يجب أن يتم تقدير قيمة السلعة باعتبارها خالية من العيوب ومطابقة للمواصفات والغرض وقت الرد بشرط ألا تقل عن الثمن المدفوع[1]. وذلك تحقيقاً للحماية المنشودة من قانون ومنظومة الاستهلاك.

وبهذا يكون قانون حماية المستهلك المصرى قد ألحق – فى رأى البعض من الفقه – دعوى ضمان المطابقة بدعوى ضمان العيوب الخفية فى القانون المدنى المصرى باعتبارها دعوى تنفيذ بمقابل وليست دعوى فسخ وبالتالى فهى تفترض بقاء العقد ونفاذه ولا يرد فيها الثمن للمستهلك، بل يطالب هذا الأخير بقيمة المبيع مع التعويضات[2].

وإن كنا نرى عدم صحة هذا الرأى على الإطلاق خاصة وأن المشرع فى القانون المدنى ينطلق فى فرضه أحكام ضمان العيوب الخفية من فرضية

---

(١) راجع د. ممدوح محمد على مبروك، مرجع سابق، ص ١٦٠.

(٢) راجع، د. ممدوح محمد على مبروك، المرجع السابق، ص ١٦٥.

لزوم العقد وقيامه، بينما المشرع فى قانون حماية المستهلك ينطلق فى تنظيم ضمان العيب وعدم المطابقة من حيث حق الرد والاستبدال من فرضية عدم لزوم العقد حيث إباحة الرد. وإلا كان الاستبدال على فرضية لزوم العقد، وذلك سعياً لتحقيق أفضل حماية للمستهلك، ولهذا نرى أنه يمكن استبعاد الحماية الواردة فى قانون حماية المستهلك وإعمال تلك المقررة فى القانون المدنى .وفقا ضمان العيوب الخفية إن كانت أفضل للمستهلك من تلك المقررة فى المادة ٨ من قانون حماية المستهلك، وهذا يؤكد عدم إطلاق رأى الفقه المذكور.

وعلى ذلك فأنه إذا ما رجع المستهلك على البائع بدعوى الفسخ فأنه لا يستحق إلا الثمن الذى دفعه مع التعويض(١)، فقد نصت المادة ٤٤٣ من التقنين المدنى المصرى على أن "..... كل ذلك ما لم يكن رجوع المشترى مبنياً على المطالبة بفسخ عقد البيع أو إبطاله".

سابعاً: آثار الرد بالنسبة للمستهلك:

إن ممارسة المستهلك لحقه فى رد السلعة يستتبع نقض العقد السابق إبرامه ويترتب على ذلك أن يكون رد السلعة أو المنتج بحالة سليمة، وإذا كان إعادة المنتج إلى البائع بقصد أن يسترد المستهلك ما دفع فأن الاسترداد لا ينفذ إلا عندما يعود المنتج إلى البائع(٢). ولذلك تضع التوجهات الأوروبية تحفظاً مقتضاه ألا يؤدى استعمال الحق فى الرجوع إلى السماح للمستهلك بالاستفادة

---

(١) المرجع السابق، نفس الموضع.

(٢) هذا مع وجوب ملاحظة أن حق المستهلك هنا فى الرد والاستبدال لا يعنى حق المستهلك فى الرجوع فى التعاقد كما هو سائد لدى الكثير من الفقه المصرى، وإنما هو الحق فى الرجوع المقرر للمستهلك، حيث فى الحق فى الرجوع عامة وفق الغالب يكون حينما تكون إرادة المتعاقد غير سليمة أو غير متنورة عامة، بينما يكون فى الرد أو الاستبدال قائم على الإخلال بحق المستهلك فى الحق فى الاختيار الحر لمنتجات توافر فيها شروط الجودة المطابقة للمواصفات، وما يلحق السلعة من عيب أو عدم مطابقة المواصفات المقررة اتفاقاً وقانوناً أو عدم مطابقة للغرض، يعد اعتداء على هذا الحق مفترض، بينما الحق العام فى الرجوع غير مفترض يلزم بداية إثبات الإخلال به. انظر فى ذلك، د. عمر محمد عبد الباقى، المرجع السابق، ص ٧٦٦ وما بعدها.

من الخدمة المقدمة له دون سداد الثمن كما هو الشأن بالنسبة لحالة تحميل البرمجيات، والأعمال الأدبية والفنية التى يتم إعادتها للبائع بعد قيام المستهلك بإعادة إنتاجها ونسخها.

ثامناً: مجانية وانقضاء حق الاستبدال والرد:

المستهلك حينما يمارس حقه فى الرد لا يتحمل فى مقابل ذلك بأية جزاءات أو مصروفات فيما عدا المصروفات المحتملة لإرجاع السلعة إلى البائع والتى تبدو كنتيجة مباشرة لاستعمال هذا الحق، ومن ثم فلا يستطيع البائع "المهنى" أن يضع نفقات إضافية على عاتق المستهلك الذى يستعمل حقه فى إرجاع المنتج إلى البائع، فالمستهلك يلتزم فقط بمصاريف إعادة المبيع والذى يعد أمراً متوقعاً من قبله بالنظر إلى خصوصية التعاقد الذى أبرمه عن بعد[1].

أما إذا كانت السلعة غير مطابقة للمواصفات المتفق عليها فإن البائع يلتزم بأن يعيد إلى المستهلك المبلغ الذى دفعه الأخير ثمناً للسلعة بالكامل دون خصم أية مصروفات للنقل أو الرد، وذلك لأن الخطأ من جانبه هو فيتحميل تبعة تصرفه[2].

وعامة لا يتحمل المستهلك بأية نفقات للرد أو الاستبدال طالما أنه لم يكن له دخل فى إلحاق العيب بالسلعة أو جعلها غير مطابقة للمواصفات أو الغرض الذى من أجله أبرم العقد.

وعلى ذلك ينقضى حق المستهلك فى الرد والاستبدال بفوات الميعاد المحدد أى انقضاء مدة الأربعة عشر يوماً من تاريخ تسلمه السلعة المعيبة أو الغير مطابقة ما لم تكن المدة أطول من ذلك، أو أقل فى حالة صدور قرار من مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك فى شأن بعض السلع سريعة التلف مثلاً،

---

(١) راجع د. محمد حسين منصور، المسئولية الالكترونية، مرجع سابق، ص ١٤٨ وكذلك راجع د. خالد عبد المنعم إبراهيم، المرجع السابق، ص ٧٤٢.

(٢) راجع د. خالد عبد المنعم إبراهيم مصطفى، المرجع السابق، نفس الموضع.

وهذا الميعاد هو ميعاد سقوط وليس ميعاد تقادم فلا يرد عليه وقف ولا إنقطاع ومن ثم يسقط حق المستهلك فى الاستبدال والرد بمجرد انقضاءه.

وذلك للحفاظ على المعاملات الاستهلاكية واستقرارها، وأيضاً ينقضى حق المستهلك فى الرد والاستبدال بالنزول عنه، ولكن بعد أن يكون قد ثبت للمستهلك الحق فيه فلا يجوز النزول عنه قبل قيام الحق فى الاستبدال والرد، إلا كان النزول عنه باطل وفقاً لنص المادة رقم ١٠، والمادة رقم ٢ من قانون حماية المستهلك.

تاسعاً: جزاء الإخلال بالالتزام بالضمان فى صورته العامة:

فى نهاية الحديث عن هذه الصورة من صور التزام المهنى "المورد" بضمان الاستبدال والرد يمكن أن نقرر بأن هذا الالتزام يعد مكملاً لالتزام المهنى بإبلاغ الجهاز بعيوب السلعة، حيث قرر المشرع فى نص المادة رقم ٧ من قانون حماية المستهلك على أنه وفى هذه الأحوال أى حالة اكتشاف المهنى "المورد" للعيب أو علمه به وعلمه بأضرار هذا العيب وخاصة الأضرار الماسة بصحة وسلامة المستهلك، يلتزم المورد بناء على طلب المستهلك -وهذا يفترض أن المهنى "المورد" قد أبلغ المستهلك أيضاً أو أن المستهلك علم بالعيب بدون هذا الإبلاغ – بإبدال المنتج أو إصلاح العيب أو إرجاع السلعة مع رد قيمتها دون أية تكلفة إضافية تجاه المستهلك والخيار فى ذلك يكون للمستهلك.

وتقوم المسئولية الجنائية للمهنى "المورد" إذا ما أخل بالتزامه هذا – أى أخل بالتزامه بالضمان بالرد، والاستبدال – حيث توقع عليه عقوبة الغرامة المالية المقررة فى نص المادة رقم ٢٤ من قانون حماية المستهلك، كما تقوم إلى جانب ذلك المسئولية المدنية والتى تبيح للمستهلك الحق فى طلب التعويض عما قد يكون أصابه من أضرار نتيجة خطأ المهنى "المورد" بإخلاله بالتزامه بالضمان، كما أن للمستهلك طلب ابطال العقد حيث الإخلال بحق المستهلك فى

حرية الاختيار وقد يشكل ذلك تعيب للإرادة المفترض توافرها فى المستهلك لإبرام عقد الاستهلاك.

الفصل الثانى
ضمان المهنى "مقدم الخدمة" بعيب أو نقص الخدمة

ألزم المشرع المهنى متى كان مقدماً للخدمة بضمان عدم تعيب الخدمة وعدم نقصانها تجاه المستهلك أى أن على المهنى "مقدم الخدمة" التزاماً بأن يضمن للمستهلك صلاحية الخدمة لتحقيق ما يهدف إليه المستهلك من التعاقد أو التعامل عليها، أى أنه يضمن أنها خالية من أى عيب وفقاً لمفهوم العيب المحدد فى قانون الاستهلاك، وخلوها من أى نقص وفقاً لطبيعة الخدمة، وشروط التعاقد عليها والعرف التجارى بشأنها، وإلا كانت مسئولية المهنى "مقدم الخدمة" تجاه المستهلك بإعادة مقابلها ومقابل ما يجبر النقص فيها أو إعادة تقديمها من جديد للمستهلك، مع حفظ حق المستهلك فى التعويض متى كان لذلك مقتضى. وينطبق على هذا الالتزام بما يتناسب وطبيعة الخدمة ما ينطبق على ضمان المهنى "المورد" بالاستبدال والرد ولا سيما التضامن فيه.

ويختص جهاز حماية المستهلك بالفصل أيضاً فى المنازعات المتعلقة بضمان الخدمة من خلال اللجنة، وذلك بموجب قرار ملزم لأطراف النزاع "المهنى" مقدم الخدمة، والمستهلك متلقى الخدمة.

ويطعن على هذا القرار أمام المحكمة الابتدائية المختصة. وتقوم المسئولية الجنائية للمهنى "مقدم الخدمة" أيضاً حينما يخل بهذا الضمان أو هذا الالتزام وذلك إعمالاً لحكم المادة رقم ٢٤ من قانون حماية المستهلك.

وتوقع على المهنى لذلك عقوبة الغرامة المالية وينشر الحكم بالجرائد اليومية على نفقة المحكوم عليه. كما أنه للمستهلك الحق فى طلب التعويض إن كان قد أصيب بضرر نتيجة خطأ المهنى "مقدم الخدمة"بالاخلال بالالتزام

بضمان الخدمة، كما أنه يمكن أن يكون للمستهلك نتيجة إخلال المهنى "مقدم الخدمة" بالتزامه بضمان الخدمة الحق فى طلب فسخ العقد.

هذا ولا يجوز للمهنى "مقدم الخدمة" أن يشترط على المستهلك أو يتفق معه على إعفائه من ضمان عيب الخدمة ونقصانها، حيث يقع باطل كل اتفاق يعفى المهنى "مقدم الخدمة" من التزاماته أو يخفف منها.

وذلك عملاً بنص المادة رقم ١٠ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ حيث نصت على أنه "يقع باطلاً كل شرط يرد فى عقد أو وثيقة أو مستند أو غير ذلك مما يتعلق بالتعاقد مع المستهلك إذا كان من شأن هذا الشرط إعفاء مورد السلعة أو مقدم الخدمة من أى من التزاماته الواردة بهذا القانون".

ومن الالتزامات التى اشار اليها النص بلا شك التزام المهنى "مقدم الخدمة" بضمان عيب ونقص الخدمة، وعلى ذلك فأن جزاء هذا الإتفاق هو البطلان وهو البطلان المطلق.

ولا يقتصر تطبيق هذا الجزاء على الإتفاق من الإعفاء من الالتزام بالضمان فى هذه الحالة وإنما ينطبق أيضاً على كافة صور اتفاق الإعفاء من أى من التزامات المهنى المذكورة فى قانون حماية المستهلك وألتى القها القانون على عاتق المهنى "المورد أو المعلن الخ... تجاه المستهلك.

وبذلك تشكل هذه الالتزامات الحد الأدنى من الحماية القانونية المقررة للمستهلك بوصفه طرف ضعيف، وعليه يمكن الاتفاق على زيادة هذه الالتزامات أو تشديد المسئولية الناشئة عنها متى كان فى ذلك تحقيق حماية أفضل للمستهلك.

هذا ويمكن للمستهلك أن يتنازل عن حقه فى ضمان عيب أو نقص الخدمة، ولكن ذلك بعد ثبوت حقه فى الضمان فلا يجوز له التنازل عنه قبل قيام هذا الحق، وعليه يمكن أن يتنازل عن الحق الذى يترتب له فى قانون الاستهلاك عن معاملات الاستهلاك ولكن بعد ثبوته له.

وفى نهاية شرح هذا الضمان نختصر القول فى أن المهنى "مقدم الخدمة" يلتزم بإعادة مقابل الخدمة أو مقابل ما يجبر النقص فيها أو إعادة تقديمها إلى المستهلك متى كانت هذه الخدمة معيبة أو بها نقص يؤثر على الهدف منها وفى ذلك أيضاً تعويض عينى للمستهلك، وإلا قامت المسئولية المدنية بالتعويض إلى جانب المسئولية الجنائية للمهنى.

المبحث الثالث

الأشخاص المعنوية القائمة على شئون الاستهلاك وأدواتها

تقسيم :

نتناول فيما يلى دراسة أشخاص قانون الاستهلاك والأحكام المنظمة لها . و كذلك نبحث فى الأحكام المنظمة لأدواتها القانونية فى القيام بعملها فى منظومة الاستهلاك و ذلك كله فى المطالب التالية :-

المطلب الأول

جهاز حماية المستهلك

الفرع الأول

مجلس إدارة الجهاز وتشكيله

أولاً- إنشاء الجهاز وتحديد مهامه وموارده:

نص المشرع فى المادة رقم ١٢ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ على أنه "ينشأ لتطبيق أحكام هذا القانون جهاز يسمى "بجهاز حماية المستهلك" يهدف إلى حماية المستهلك وصون مصالحه، تكون له الشخصية الاعتبارية العامة، ويتبع الوزير المختص ويكون مركزه الرئيسى مدينة القاهرة وله فروع أو مكاتب بالمحافظات، وللجهاز القيام بما يلزم فى سبيل تحقيق أهدافه ومن ذلك:

أ- وضع الخطط وبرامج العمل لحماية حقوق المستهلك وتعزيزها وتنميتها ووسائل تحقيق ذلك.

ب- تلقى الشكاوى من المستهلكين والجمعيات والتحقيق فيها.

ج- التنسيق مع أجهزة الدولة المختلفة لتطبيق أحكام هذا القانون على النحو الذى تحدده اللائحة التنفيذية، وتلتزم هذه الأجهزة بتقديم البيانات والمشورة الفنية التى يطلبها الجهاز وذلك فيما يتعلق بشكاوى المستهلكين والجمعيات.

د- دراسة الاقتراحات والتوصيات التى ترد إلى الجهاز فيما يتصل بحقوق المستهلك وإعداد البحوث والدراسات الخاصة بها".

وبموجب هذا النص أنشئ المشرع شخص معنوى من أشخاص القانون العام يسمى بجهاز حماية المستهلك، يتبع وزير التجارة والصناعة ومقره الرئيسى القاهرة، وينشئ له فروع أو مكاتب له فى مختلف محافظات الجمهورية المصرية.

والهدف من إنشاء هذا الجهاز وما يتبعه من أجهزة فرعية ومكاتب هو العمل على حماية حقوق المستهلك وصون مصالحه، وفى سبيل تحقيق ذلك الهدف، صرح المشرع للجهاز باتخاذ كل ما يسهل تحقيق هذا الهدف من خلال تمكين جهاز حماية المستهلك من وضع الخطط اللازمة لحماية حقوق المستهلك وتنميتها وتعزيزها، وكذلك وضع البرامج الهادفة لتحقيق هذه الحماية، وتوفير الوسائل اللازمة أيضاً لتحقيقها.

وفى سبيل تحقيق الحماية المنشودة للمستهلك قرر المشرع أن يتلقى الجهاز الشكاوى من المستهلكين فيما يتعلق بمنازعات الاستهلاك التى تثور بمناسبة المعاملات الاستهلاكية بين المهنى والمستهلك، كما أن للجهاز أن يتلقى كذلك الشكاوى من الجمعيات ذات الشأن فى منظومة الاستهلاك – مثل جمعيات

حماية المستهلكين – بشأن ما قد تراه هذه الجمعيات مساسا بحقوق المستهلك ويحقق جهاز حماية المستهلك فيها من خلال إدارته ويبت فيها.

ويعمل جهاز حماية المستهلك على تحقيق التواصل والتنسيق مع أجهزة الدولة المختلفة، حيث تلتزم هذه الأجهزة بتقديم البيانات والمشورة الفنية التى يطلبها الجهاز، وذلك فيما يتعلق بشكاوى المستهلكين والجمعيات ذات الشأن. كما يدرس جهاز حماية المستهلك مختلف الاقتراحات والتوصيات التى تصل إليه من مختلف الأشخاص داخل المجتمع فيما يتعلق بحماية المستهلك والحفاظ على حقوقه ويعمل على تفعيلها، ويعمل أيضاً الجهاز على إعداد البحوث والدراسات الخاصة بالاستهلاك وحماية المستهلك ويسعى لتحقيقها فى الواقع العملى.

ولجهاز حماية المستهلك مجلس إدارة يقوم بالتعبير عن إرادته، ولقد قرر المشرع بصريح النص فى المادة رقم ٢٠ بأن لجهاز حماية المستهلك موازنة مستقلة تبدأ مع بداية السنة المالية للدولة وتنتهى بنهايتها، كما حدد المشرع الموارد التى تتكون منها هذه الموازنة وهى ما يأتى:

أ- الاعتمادات التى تخصص للجهاز فى الموازنة العامة للدولة.

ب- الهبات والمنح والإعانات وأية موارد أخرى يقرر الجهاز قبولها بأغلبية ثلثى أعضائه على الأقل وبما لا يتعارض مع أهداف الجهاز.

ج- ما تخصصه الدولة للجهاز من هبات أو منح أو إعانات، مما تقرر اتفاقيات دولية توجيهه إلى مجالات حقوق المستهلك.

هذا مع العلم بأن جهاز حماية المستهلك لا يتقاضى مقابلاً لما يتلقيه من شكاوى مقدمة من المستهلك أو من جمعيات حماية المستهلك، وكذلك لا يتقاضى أى مقابل عما يتخذه من إجراءات فى شأن الفصل أو البت فى هذه الشكاوى، وبذلك نرى أن هذه المجانية إن لم تكن تعبيراً عن حق المستهلك فى التقاضى عن كل ما من شأنه الإخلال بحقوقه أو الإضرار بها أو تقييدها وذلك

بإجراءات سريعة وميسرة وبدون تكلفة. فأنها تكون أيسر السبل لتحقيق الحماية المنشودة للمستهلك فى دولة معظم مستهلكيها فقراء مثل مصر.

ثانياً- مجلس إدارة الجهاز:

لجهاز حماية المستهلك مجلس إدارة يقوم على إدارة شئون الجهاز الداخلية ويقوم كذلك على أمور المجلس فى تعاملاته الخارجية وعلى ذلك نتناول فيما يلى تشكيل مجلس الإدارة واجتماعاته:

١- تشكيل مجلس الإدارة:

يتولى إدارة جهاز حماية المستهلك مجلس إدارة يتكون من رئيس متفرغ وأربعة عشر عضواً يشكل بقرار من وزير التجارة والصناعة وفقاً لنص المادة رقم ١٣ من قانون حماية المستهلك، ويكون لمجلس إدارة الجهاز أمانة فنية يصدر بتشكيلها وبنظام العمل فيها قرار من مجلس الإدارة ذاته بعد تشكيله[١].

---

(١) حيث نص المشرع فى المادة رقم ١٣ من قانون حماية المستهلك رقم ١٧ لسنة ٢٠٠٦، على أنه "يكون للجهاز مجلس إدارة يصدر بتشكيله قرار من الوزير المختص بتطبيق أحكام هذا القانون يتكون من خمسة عشر عضواً، على النحو التالى:

- رئيس متفرغ من ذوى الخبرة الواسعة باختصاصات الجهاز وأعماله.
- عضوان يمثلان الوزارة المختصة بالتجارة والصناعة.
- أحد نواب رئيس مجلس الدولة يتم اختياره طبقاً للقانون المنظم لمجلس الدولة.
- أربعة أعضاء يمثلون الجمعيات يختارهم الوزير المختص بتطبيق أحكام هذا القانون بناء على ترشيح مجالس إداراتها.
- عضو يمثل الاتحاد النوعى لحماية المستهلك بناء على ترشيح مجلس إدارته.
- عضو يمثل الاتحاد العام للغرف التجارية، وعضو يمثل اتحاد الصناعات المصرية بناء على ترشيح مجلس إدارتها.
- ثلاثة أعضاء من ذوى الخبرة.

وتكون مدة العضوية ثلاث سنوات ويجوز تجديدها لمرة واحدة ويتضمن قرار التشكيل تعيين نائب للرئيس من بين الأعضاء وتحديد المعاملة المالية لرئيس وأعضاء الجهاز دون التقيد باللوائح والنظم الحكومية المنصوص عليها فى أى قانون آخر" وانظر كذلك نص المادة رقم ٢١ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك.

٢ ـ اجتماعات مجلس الإدارة:

يتولى إدارة جهاز حماية المستهلك مجلس إدارة يتكون من رئيس متفرغ وأربعة عشر عضواً يشكل بقرار من وزير التجارة والصناعة وفقاً لنص المادة رقم ١٣ من قانون حماية المستهلك. ويجتمع مجلس الإدارة بدعوة من رئيسه أو نائبه مرة على الأقل كل شهر ،و كلما دعت الضرورة، كما يجتمع بطلب ثلثى أعضائه، وتوجه الدعوة إلى الاجتماع كتابة، وذلك قبل اليوم المحدد له بأربعة أيام على الأقل، ويرفق بالدعوة إلى الاجتماع جدول الأعمال.

وتكون اجتماعات المجلس صحيحة بحضور تسعة من أعضائه وتصدر قراراته بالأغلبية المطلقة للحاضرين، وإذا تساوت الأصوات يرجح الجانب الذى منه الرئيس، وتكون قرارات المجلس نافذة دون اعتماد أو تصديق.

ولا يجوز لأى عضو فى المجلس أن يشارك فى المداولات أو التصويت فى حالة معروضة تكون له أو لمن يمثله فيها أو للجهة التى يمثلها مصلحة مباشرة أو غير مباشرة أو تكون بينه وبين أحد الأطراف فيها خصومة أو صلة قرابة إلى الدرجة الرابعة أو يكون قد مثل أو يمثل أحد الأطراف فيها، ويلتزم العضو بالإفصاح كتابة عن قيام أى من الدواعى المذكورة لديه، وذلك قبل البدء فى المداولات أو التصويت بشأن الحالة المعروضة، ويسلم العضو ورقة الإفصاح إلى رئيس الاجتماع الذى يقوم بالتوقيع على صورة منها بما يفيد الاستلام.

وذلك بهدف ضمان حيادية جهاز حماية المستهلك وضماناً لتحقيق هدفه وهو حماية مصالح المستهلك وصون حقوقه، وذلك من خلال ضمان نزاهة وحيادية أعضاء مجلس إدارة الجهاز.

وإن كان المشرع لم يضع جزاء مخالفة ذلك الحظر فإننا نرى أن اثر مخالفة هذا الحظر يتمثل في بطلان ما يصدر عن مجلس الإدارة من قرارات،

وفى هذه الحالة يطلق عليها قرارات إدارية معيبة قابلة للإلغاء أمام محكمة القضاء الإدارى المختصة[1].

ومن سلطات مجلس إدارة الجهاز وفقاً لنص المادة رقم ٢٤ من اللائحة التنفيذية أن يدعو لحضور اجتماعاته من يرى الاستعانة به من المتخصصين وذلك دون أن يكون له صوت معدود فى التصويت ويتولى الرئيس توجيه الدعوة وذلك بأية وسيلة إلى ما قبل الاجتماع المحدد بيومين على الأقل.

هذا ويجب تدوين محاضر اجتماعات مجلس إدارة الجهاز بصفة منتظمة عقب كل جلسة فى سجل خاص ويوقع عليها رئيس المجلس وأمين السر وفقاً لما هو منصوص عليه فى المادة رقم ٢٥ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك.

الفرع الثانى
اختصاصات مجلس إدارة الجهاز ورئيسه

أولاً- اختصاصات مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك:

نص المشرع فى المادة رقم ١٦ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ على البعض من اختصاصات مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك[2]، وفصلت بذلك المادة رقم ٢٦ من اللائحة التنفيذية هذه

---

(١) راجع، نص المادة رقم ١٤ من قانون حماية المستهلك، والمادة رقم ٢٢ والمادة رقم ٢٣ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك، وكذلك راجع نص المادة رقم ٢٢ من قانون حماية المستهلك، حيث نصت على أن "القرارات التى يصدرها الجهاز تطبيقاً لأحكام هذا القانون نهائية ويكون الطعن عليها مباشرة أمام محكمة القضاء الإدارى ....".

(٢) نص المشرع فى المادة رقم ١٦ من قانون حماية المستهلك على اختصاصات مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك بصيغة عامة فيها إبهام إزاء بعض الاختصاصات حيث نصت على أنه "يضع مجلس إدارة الجهاز لوائح لتنظيم العمل فيه، وتنظيم أمانته الفنية وشئون العاملين والشئون المالية والإدارية، وذلك دون التقيد بالنظم الحكومية، وتصدر هذه اللوائح بقرار من الوزير المختص". ونرى أن ما ورد فى هذا النص، وما ورد فى نص المادة رقم ٢٦ من اللائحة التنفيذية هى أمثلة لاختصاصات مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك وليس لها حصر إلا فى نطاق قانون حماية المستهلك.

الاختصاصات وعلى ذلك يباشر مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك الاختصاصات التى نصت عليها أحكام قانون حماية المستهلك ولائحته التنفيذية وهى كما يلى:

أ- قبول الهبات والمنح والإعانات وأية موارد أخرى تقدم إلى الجهاز وذلك بما لا يتعارض مع أهدافه.

ب- وضع اللوائح المتعلقة بتنظيم العمل فى الجهاز، وبالشئون المالية والإدارية للعاملين به، دون التقييد بالقواعد والنظم الحكومية للعاملين المدنيين بالدولة، ورفعها إلى الوزير المختص لإصدارها.

ج- اقتراح أسماء العاملين بالجهاز المطلوب منحهم صفة الضبطية القضائية اللازمة لتطبيق أحكام القانون، والذين يصدر بتحديدهم قرار من وزير العدل بالاتفاق مع الوزير المختص.

د- تشكيل اللجان المنصوص عليها فى المادة رقم ١٧ من القانون – أى قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ – والتى تتولى الفصل فى المنازعات الناتجة عن تطبيق أحكامه والتى تقع بين المستهلكين وبين الموردين أو المعلنين.

هـ- ترشيح عضو اللجنة من ذوى الخبرة المشار إليه فى المادة (١٧) من القانون – أى قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ – والتى تتولى الفصل فى المنازعات الناتجة عن تطبيق أحكامه والتى تقع بين المستهلكين وبين الموردين أو المعلنيين.

و- ترشيح عضو اللجنة من ذوى الخبرة المشار إليه فى المادة (١٧) من القانون.

ز- اعتماد التقرير السنوى للجهاز عن أنشطته.

ح- إبداء الرأى فى مشروعات القوانين واللوائح والقرارات المتعلقة بحماية المستهلك وصون مصالحه.

ط- تعيين المدير التنفيذى للجهاز بناء على ترشيح رئيس الجهاز، وتحديد معاملته المالية.

ويعد ايضا من اختصاصات مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك أن له سلطة تكليف أحد أعضاء مجلس الإدارة أو يكلف لجنة تشكل من بين أعضائه بالقيام بعمل معين أو بالإشراف على وجه من وجوه نشاط الجهاز، وفى هذه الحالة تقدم تقارير عن العمل أو الإشراف محل هذا التكليف وتعرض على مجلس إدارة الجهاز[1].

ومن الاختصاصات الهامة لمجلس إدارة جهاز حماية المستهلك أيضاً، والتى بحاجة إلى التأكيد عليها نجد اختصاصه بإصدار قرار بتشكيل لجان تتولى الفصل فى المنازعات الناتجة عن تطبيق أحكام قانون حماية المستهلك والتى تقع بين المستهلكين وبين المهنيين "الموردين والمعلنين ... الخ".

ولعل هذا الاختصاص يعد من أخطر الاختصاصات على الإطلاق لأنه من شأن هذا القرار خلق لجنة يتصف عملها وما يصدر عنها من قرارات فى المنازعات بالصفة القضائية – أى عمل قضائى – يحوز حجية قضائية تطابق تلك التى يتمتع بها الحكم الصادر عن المحكمة الابتدائية، ولذلك كان واجباً التنبيه إلى هذا الاختصاص الخطير فى ضوء ما قررته المادة ١٧ من قانون حماية المستهلك.

ثانياً : اختصاصات رئيس مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك:

بداية يجب أن نشير إلى أن مصطلح رئيس مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك كمسمى وظيفى وسلطات يختلف عن مصطلح المدير التنفيذى لجهاز حماية المستهلك، حيث أن الأخير يعين بقرار – يعد من سلطات مجلس إدارة

---

(١) راجع نص المادة رقم ٢٧ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك، كما أن نص المادة رقم ١٧ من قانون حماية المستهلك يعد تطبيقاً محدداً لنص المادة رقم ١٦ من ذات القانون، كما يعد أيضاً اعتماداً لما هو مقرر من مهام لجهاز حماية المستهلك والمنصوص عليها فى نص المادة رقم ١٢ من ذات القانون خاصة الفقرة الثانية منها.

الجهاز – يصدر من مجلس إدارة الجهاز، أما تعيين رئيس مجلس إدارة الجهاز يصدر بقرار من وزير التجارة والصناعة[1]. وتختلف اختصاصات المدير التنفيذي للجهاز عن اختصاصات رئيس مجلس إدارة الجهاز، فبالنسبة للمدير التنفيذي يختص بتلقي الشكاوى وإحالتها للإدارة المختصة، ويختص بتمثيل الجهاز أمام القضاء والغير، بينما اختصاصات رئيس مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك تختلف عنها وتتمثل فيما يلي[2]:

أ- التنسيق مع الأجهزة النظيرة في الدول الأخرى بالنسبة للأمور ذات الاهتمام المشترك على أن يعرض ما يتصل بذلك على مجلس الإدارة.

ب- إعداد تقرير سنوي عن أنشطة الجهاز، وخطته المستقبلية ومقترحاته وعرضه على مجلس الإدارة لاعتماده.

ج- ترشيح المدير التنفيذي للجهاز وعرض الترشيح على مجلس الإدارة لإصدار قرار تعيينه.

د- الإشراف على الدراسات التي يعدها الجهاز في شأن الاقتراحات والتوصيات التي ترد إليه وتكون متصلة بحماية حقوق المستهلك وإعداد البحوث اللازمة لذلك.

هـ- التصالح مع المتهمين، قبل صدور حكم بات في الدعاوى الجنائية، مقابل أداء مبلغ لا يقل عن عشرة آلاف جنيه على أن يعرض على مجلس إدارة الجهاز تقريراً دورياً بحالات التصالح وأسباب ومبررات قبولها.

ثالثاً- المدير التنفيذي لجهاز حماية المستهلك:

نص المشرع في المادة رقم ١٥ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ على أنه "يكون للجهاز مدير تنفيذي متفرغ يصدر بتعيينه وتحديد

---

(١) قارن في ذلك بين نص المادة رقم ١٣، ونص المادة رقم ١٥ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦.

(٢) انظر نص المادة رقم ٢٨ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك.

معاملته المالية قرار من مجلس إدارة الجهاز بناء على ترشيح من رئيسه، وتحدد اللائحة التنفيذية لهذا القانون اختصاصات المدير التنفيذى".

ومن هذا النص يتضح أن المدير التنفيذى شخص طبيعى يتم تعيينه بقرار من مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك بناء على ترشيح رئيس مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك.

وقد صدرت اللائحة التنفيذية التنفيذية لقانون حماية المستهلك و حددت اختصاصات المدير التنفيذى، والتى منها اخصاصه بتلقى الشكاوى المقدمة من المستهلكين أو من جمعيات حماية المستهلك، ويتحقق من مدى استيفائها للمطلوب شكلاً وموضوعاً وفق ما هو منصوص عليه من عدمه، ويختص بإحالة هذه الشكاوى – المستوفى منها – إلى الإدارة المختصة لدى أجهزة ومكاتب جهاز حماية المستهلك ويخطر بذلك رئيس مجلس إدارة الجهاز.

كما أن المدير التنفيذى لجهاز حماية المستهلك هو الذى يمثل جهاز حماية المستهلك أمام القضاء والغير، وذلك يعد من أهم وأخطر اختصاصات المدير التنفيذى وذلك منصوص عليه فى أحكام اللائحة التنفيذية وخاصة المادة ٣٣ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك.

المطلب الثانى

جمعيات حماية المستهلك

تمهيد:

عملاً بنص المادة رقم ٢٣ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ ولائحته التنفيذية، و وفقاً لقانون الجمعيات والمؤسسات الأهلية رقم ٤٨ لسنة ٢٠٠٢ ولائحته التنفيذية رقم ١٧٨ لسنة ٢٠٠٢، يمكن إنشاء جمعيات ومؤسسات أهلية تعمل على حماية مصالح وحقوق المستهلكين وتكون لها الشخصية القانونية المستقلة عن المكونين لها. وهذه الاشخاص يعبر عنها فى

الغالب بمصطلح جمعيات حماية المستهلكين وهى غالباً شخص من أشخاص القانون الخاص.

هذا وتنشأ جمعيات حماية المستهلكين بصفة أصلية بناء على رغبة المستهلكين أنفسهم، لكن الدولة قد تتدخل بنفسها فتنشئ من جانبها مؤسسات أو جمعيات تهدف إلى حماية المستهلكين. وفى مصر يوجد ما لا يقل عن ٨٠ جمعية من جمعيات حماية المستهلك موزعة إقليمياً ونوعياً فى منظومة الاستهلاك.

ولقد عرف المشرع الجمعيات عامة فى المادة الأولى من قانون الجمعيات والمؤسسات الأهلية رقم ٤٨ لسنة ٢٠٠٢ بأنها كل جماعة ذات تنظيم مستمر لمدة معينة أو غير معينة تتألف من أشخاص طبيعيين أو أشخاص اعتبارية أو منهما معاً لا يقل عددهم فى جميع الأحوال عن عشرة، وذلك لغرض غير الحصول على ربح مادى.

وهذا التعريف ينطبق بالطبع على جمعيات حماية المستهلك، التى حدد لها المشرع اختصاصات معينة فى المادة رقم ٢٣ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ وذلك بداهة إلى جانب الاختصاصات التى تقررها نصوص القانون رقم ٤٨ لسنة ٢٠٠٢ للجمعيات حيث أنها القواعد الخاصة بالجمعيات.

وقد نص قانون حماية المستهلك فى المادة المذكورة "٢٣"على أنه "مع عدم الإخلال باختصاص الجمعيات التى تنشأ لحماية المستهلك طبقاً لقانون الجمعيات الأهلية يكون لها الاختصاصات التالية:

أ- حق مباشرة الدعاوى التى تتعلق بمصالح المستهلكين أو التدخل فيها.

ب- عمل مسح ومقارنة لأسعار وجودة المنتجات والتأكد من صحة البيانات الخاصة بها والتى تحدد محتواها وإبلاغ الأجهزة المعنية بما يقع من مخالفات فى هذا الشأن.

ج- تقديم معلومات للجهات الحكومية المختصة عن المشاكل المتعلقة بحقوق ومصالح المستهلكين وتقديم مقترحات علاجها.

د- تلقى شكاوى المستهلكين والتحقق منها والعمل على إزالة أسبابها.

ه- معاونة المستهلكين الذين وقع عليهم ضرر من جراء استخدام أو شراء سلعة أو تلقى خدمة فى تقديم الشكاوى للجهات المختصة ومنها جهاز حماية المستهلك واتخاذ الإجراءات القانونية اللازمة لحماية حقوقهم ومصالحهم.

و- المساهمة فى نشر ثقافة حقوق المستهلك، وتوعية المواطنين بحقوقهم وإنشاء قواعد للبيانات اللازمة لأداء اختصاصاتها. ويحظر على جمعيات حماية المستهلك والاتحاد النوعى لهذه الجمعيات تلقى المنح أو الهبات أو التبرعات من الموردين أو المعلنين".

وعلى ذلك نتناول فيما يلى وبإيجاز قدر الإمكان الحديث عن دور جمعيات حماية المستهلك فى توعية المستهلكين وحمايتهم وذلك من خلال الحديث عن سبل الجمعيات فى حماية المستهلك وتوعيته، وأساليب الامتناع والمقاطعة، والتقاضى لمصلحة المستهلك وذلك كله فى إطار مقارن مع توضيح التنظيم القانونى المصرى فى هذا الشأن كما يلى :-

أولاً: سبل جمعيات حماية المستهلك فى العمل:

تقوم جمعيات حماية المستهلك بالعمل المباشر على حماية مصالح المستهلكين فى مواجهة أصحاب المشروعات والمهنييون الذين يعرضون مصالح المستهلكين للخطر. وتقوم الجمعيات المذكورة بهذا الدور إما لعدم كفاية أو عدم فعالية رجال الإدارة فى تحقيق الحماية المنشودة، أو لوجود عيوب أو نقص فى القوانين واللوائح التى تحمى مصالح المستهلك أو بسبب طول إجراءات التقاضى وكثرة نفقات التداعى القضائى التى يتبعها المستهلك الفرد العادى[1].

---

(١) راجع، د. حمد الله محمد حمد الله، حماية المستهلك فى مواجهة الشروط التعسفية فى عقود الاستهلاك، مرجع سابق، ص ١١١. راجع: =

وهذا يعنى أن الدولة قد تتدخل من أجل حماية المستهلكين بإنشاء إدارات أو أجهزة حكومية كما هو الحال فى فرنسا بالنسبة لإنشاء الإدارة العامة لتنظيم المنافسة والاستهلاك ولدواعى الغش، "DDCCRF"[1]، وفى مصر مثل جهاز حماية المستهلك الذى أنشئ بموجب نصوص قانون حماية المستهلك الحالى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦، وذلك إلى جانب الكثير من الأشخاص الاعتبارية الأخرى العامة والخاصة والتى يكون من اختصاصها الغير مباشر حماية مصالح وحقوق المستهلك.

ومن أوائل الجمعيات الخاصة التى تنشأ بجهود المستهلكين نذكر الجمعيات التعاونية التى تبيع السلع بأسعار منخفضة عن تلك التى يبيع بها التجار فى السوق. وقد تلى ظهور الجمعيات التعاونية ظهور جمعيات الحماية التى لا تهدف إلى تحقيق ربح بل تهدف إلى تنسيق الجهود والخبرة لتوفير الوسائل المختلفة للدفاع عن مصالح المستهلكين[٢].

وعلى ذلك فأن أعمال جمعيات المستهلكين، ذات طبيعة مدنية لأنها لا تهدف من خلالها إلى المضاربة من أجل تحقيق الربح، وإلا تحولت هذه الجمعيات إلى شركات تجارية وأبتعدت بذلك عن الهدف من جودها[٣].

ونجد فى فرنسا مثلاً جمعيات المستهلكين هذه كثيرة ومتعددة الأنواع ولعل من أهم هذه الجمعيات نذكر الاتحاد الوطنى للمستهلكين L'union Fédérale des Consommateurs واختصاره "U. F. C" و قد تأسس فى عام

= Jean. Calais- Auloy, Droit de la Consommation, op. cit. Nos. 441 ets.

(1) Cas. et. Ferrier, Traité de droit de la Consommation, p. u. f. 1986.

(٢) انظر فى شأن جمعيات حماية المستهلكين فى فرنسا:

Cas. et Ferrier, Traite de droit de La Consommation, op.cit.122 et s.

د. حسن عبد الباسط جميعى، المرجع السابق، ص ٣٧.

(3) PĨZZIO (J. P), LAMBET (J), De La Villeon (B,). Droit de Marche, Commerce des proudits et de servais, france et C. G. E. 1993.

- Jean Calais. Auloy, op. cĩt. p. 192 et s.

١٩٥١م. وكذلك الاتحاد الوطنى للجمعيات التعاونية للمستهلكين "La féderational de cooperatiqes des Conommateurs" والمختبر التعاونى "Lab Ocoop" وغيرها.

وتتكون هذه الجمعيات أساساً من ممثلين للفئات المختلفة من المستهلكين، ولفيف من بعض رجال الإدارة العليا أو المكانة الرفيعة كأساتذة الجامعات ورجال القضاء، وبعض أجهزة الدول المتخصصة فى هذا الشأن – ومثال لهذه الأجهزة فى فرنسا نذكر المجلس الوطنى للاستهلاك "CNC" ولجان الأسعار ولجان المنافسة ولجان الشروط التعسفية – وغيرها من الأشخاص التى يكون لها خبرة فى مجال حماية المستهلك، والقدرة والرغبة فى مساعدة هذه الجمعيات والمساهمة فى تحقيق أغراضها والمشاركة فى خدمة المستهلكين[١].

وبناء على ما تقدم تتعدد سبل الجمعيات فى حماية مصالح وحقوق المستهلكين، حيث قد تتبع الجمعيات فى دفاعها عن المصلحة الجماعية المشتركة للمستهلكين طريق الإعلام حيث التوعية والدعاية المضادة والامتناع "الإضراب" عن الشراء، الامتناع عن الدفع[٢]. ونوجز ذلك فيما يلى:

١ـ التوعية:

يقصد بالتوعية قيام جمعيات حماية المستهلك بطبع الدوريات من الصحف أو المجلات أو النشرات الأسبوعية أو الشهرية، وتوزيعها على المستهلكين، بهدف إمدادهم بالبيانات والمعلومات عن خصائص السلع

(1) Jean Calais. Auloy, op. cit. p. 152 et.
- Neisse et chirouze, Le Consommerism, Sirey, 1984.
د. حسن عبد الباسط جميعى، المرجع السابق، ص ٣٧.
د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، نفس الموضع.

(2) Jean Calais. Ayloye, op. cit. N° 144 ets.
د. حسن عبد الباسط جميعى، المرجع السابق، ص ٣٠٩.
د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ١١٣.

والخدمات المعروضة في السوق المحلي، ويبصرهم بأحسن وأجود المعروضات[1].

٢ـ الدعاية المضادة[2]:

تعني الدعاية المضادة، قيام جمعيات حماية المستهلك بنشر أو بتوزيع انتقادات مكتوبة "بالصحف أو المطبوعات، والملصقات ... إلخ" أو مسموعة "عن طريق الراديو مثلاً"، أو مرئية عن طريق التلفزيون أو الانترنت مثلاً للمنتجات أو الخدمات الموجودة بالسوق المحلي.

وتعد الدعاية "التوعية" أو الدعاية المضادة، أحد مظاهر حرية التعبير عن الرأي، ولا يجب إخضاعها ـ في الأصل ـ لرقابة سابقة من جهة الإدارة، لأن هذه أو تلك تكون ـ عادةً ـ ذات طابع موضوعي، وليس لغرض تجاري، على خلاف الدعاية أو الإعلان التجاري الذي يموله التجار لترويج منتجاتهم وسلعهم، دون مراعاة للموضوعية أو الأمانة، في بعض الأحيان.

ولا تعتبر الانتقادات التي تتضمنها الدعاية المضادة، عملاً من أعمال المنافسة غير المشروعة أو خطأ في حد ذاتها، إلا إذا توافرت فيها شروط

---

(١) وتقتصر مهام هذه الدوريات من الصحف والمجلات من حيث الأشخاص على خدمة المستهلكين فيها فقط وأوضح مثالين لهذه الصحافة الخاصة بالمستهلكين في فرنسا هي صحيفة "ماذا تختار" que chaisir، وصحيفة خمسين مليون مستهلك Cinquante millions Consomm ateur وتوزيعها كبير في فرنسا. يعتبر البعض وبحق أن هذه الصحافة هي نقيض الدعاية والإعلان التي يقوم بها التجار لأن القائمين عليها هم المستهلكون وبالتالي فهي عرض موضوعي للسلع والخدمات بخصائصها وإمكانياتها بالإضافة إلى ما يجدر التحذير منه من مخاطر بعض السلع أو عيوبها التي تظهر حين الاستخدام.
وبالإضافة إلى الصحافة عامة كانت أم متخصصة فأن الإذاعة والتلفزيون هما من الوسائل التي تلجأ إليها جمعيات حماية المستهلكين، لتحقيق التوعية بخصائص السلع والخدمات وأسعارها خصوصاً حينما يكون محل الإعلان هو أمر طبيعي ينبغي تعريف المستهلكين به. راجع د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ١١٣، وراجع د. حسن عبد الباسط، المرجع السابق، ص ٣٩.

(٢) راجع، د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ١١٣.

الخطـأ أو شـروط المسئولية التـي تحـددها القواعـد المنظمـة للمنافسة غيـر المشروعة[1].

ولمـا كـان مـن الممكن أن تلحـق الدعايـة المـضادة أضـراراً جسيمة بالمشروعات الموجهة إليها، فإن من حق هذه المشروعات الرد عليها للدفاع عن مصالحها. ولكن لا تلجأ هذه المشروعات إلى ذلك إلا نادراً، وإنما تفضل الالتجاء إلى رفع دعوى المسئولية المدنية أو الجنائية على الجمعية ذات الشأن، إذا توافرت الشروط اللازمة لانعقاد هذه المسئولية أو تلك، أو قدر أصحاب المشروعات المضرورة أن من مصلحتهم الإدعاء أمام القضاء[2].

٣ ـ الامتناع عن الشراء "المقاطعة":

تطلب جمعيات حماية المستهلك – في بعض الأحيان – من جمهور المستهلكين التوقف أو الامتناع عن شراء سلعة أو خدمة معينة، أو عدم التعامل مـع مشروع معين، ويعبـر عـن هـذا الأمر بلفـظ المقاطعـة "Boycott ou Boycottuge" وهناك فرق واضح بين الدعاية المضادة وبين المقاطعـة، ولكنـه ليس اختلافاً تاماً.

وإن كانـت المقاطعـة تـذهب إلـى أبعـد مـن مجـرد تزويـد المستهلك بالمعلومات. وتتخذ المقاطعة شكل الطلب أو الأمر "not d'ordre" الصادر من الجمعية إلى المستهلكين بالتوقف عن شراء السلع أو المنتجات الضارة بصحة أو سلامة هؤلاء، كما حدث في فرنسا في قضية "عجول الهرمونات" "Veaux

---

(١) راجع في شأن المنافسة المشروعة، د. أحمد محمد محرز، الحق في المنافسة المشروعة، مرجع سابق، ص ٧ وما بعدها، ص ٣٠٩ وما بعدها. راجع د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ١١٤.

(2) Jean Calais Auloy, op. cit. N° 443, et N° 443.
Cas. (G). etr FERRIER (D), Trait de droit de la Consommation, op. cit. N°, 181 ets.
راجع د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، نفس الموضع.

"Aux harmones"، ولقد عرف هذا الأسلوب كوسيلة لحماية المستهلك فى أمريكا منذ وقت كبير[1].

ويرى البعض حرمان جمعيات حماية المستهلك من مطالبة المستهلكين بتنفيذ المقاطعات للسلع أو الخدمات، لأنها تعرض المشروعات المعنية لمخاطر الخسارات الجسيمة، وبالعكس يرى البعض – ونؤيدهم فى ذلك – الاعتراف بحق المقاطعات على غرار حق الإضراب الممنوح للعمال أو الأجراء فى كثير من الدول[2].

ولا يتضمن القانونان المصرى والفرنسى، تنظيماً خاصاً لمسألة الامتناع عن الشراء "المقاطعة" ويتخذ القضاء الفرنسى موقفاً وسطاً، حيث لا يعتبر المقاطعة خطأ فى حد ذاتها، إلا إذا كان مسلك جمعية حماية المستهلك تعسفياً[3]. وهنا نرى أن هذه المقاطعة كحق للجمعية والمستهلك تتأسس على ما ورد فى نص المادة رقم ٢ من قانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ خاصة فى شأن الحق فى الاختيار الحر لمنتجات تتوافر فيها شروط الجودة المطابقة للمواصفات، والحق فى الصحة والسلامة عند استعماله العادى للمنتجات فلذلك نعترف بالحق فى المقاطعة كحق للمستهلك وجمعيات حماية المستهلكين احتراماً وإعمالاً لما هو منصوص عليه فى المادة المذكورة.

٤ـ الامتناع عن الدفع[4]:

قد تطلب جمعية حماية المستهلك من جمهور المستهلكين أو المنتفعين بخدمة جماعية، الامتناع عن دفع ثمن المنتج أو مقابل الخدمة التى حصلوا

---

(1) Jean Calais – Auloy, op. cit. N° 443 et s.
- Cas et Ferrier, op. cit. N° 181.

(٢) د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ١١٥.

(3) Jean Calais Auloy, op. cit. N° 443 – 447.
د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ١١٥ وما بعدها.

(٤) د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ١١٥ وما بعدها.

عليها من مشروع معين، وهو ما يعبر عنه بعبارة "الإضراب عن الدفع". وعادةً ما تكون الديون الواجبة على المستفيدين "المدينين" ذات طبيعة واحدة، ولصالح دائن معين أو شخص معنوى أو مصلحة أو مرفق عام يقوم بنشاط صناعى أو تجارى، ومثال ذلك الديون "المبالغ المستحقة على مستأجرى الوحدات السكنية الجماعية، أو المشتركين فى هيئات أو مصالح التليفونات أو المياه ... الخ. ويكون الهدف من تأخير دفع تلك الديون هو الضغط على الدائن لتخفيض مقدار دينه، ويأخذ هذا الضغط شكل الرفض الجماعى لدفع المبالغ المطلوبة من المستهلكين أو المنتفعين، حتى يتم تلبية مطالبهم.

ووفقاً للقواعد العامة، يكون هذا الرفض غير مشروع كمبدأ، ما لم يكن الدائن نفسه، لم يوف من جانبه التزاماته التعاقدية – فى الالتزامات المتبادلة حيث مبدأ الدفع بعدم التنفيذ – إذ الثابت أن من حق كل عاقد فى العقود الملزمة للجانبين[1]، إذ ما طالبه العاقد الآخر بتنفيذ التزامه أن يمتنع عنه إلى أن يقوم هذا الأخير بتنفيذ ما إلتزم به، طالما أن هذه الالتزامات المتقابلة مستحقة الوفاء. وذلك إعمالاً للمادة رقم ١٦١ من القانون المدنى المصرى[2].

هكذا لا يجوز الامتناع عن الدفع لأغراض أخرى، كتخفيض الأسعار مثلاً، حيث أن الراجح أن ذلك يتعارض مع مبدأ القوة الملزمة للعقد. "م ١٤٧ مدنى مصرى، وم ١١٣٤ مدنى فرنسى". ولكن ما الحل إذا كان المستهلكون "المدينون" فى مركز أضعف من المهنى اوالدائن" وليس أمامهم وسيلة أخرى للدفاع عن مصالحهم الجماعية سوى الامتناع عن الدفع. وهل سيكون هذا العمل مشروعاً من جانب المستهلكين الذين نفذوا أوامر جمعية حماية المستهلك، بضرورة الامتناع عن الدفع[3].

---

(١) د. عبد المنعم البدراوى، النظرية العامة للالتزامات فى القانون المدنى المصرى، الجزء الأول، مصادر الالتزام، ١٩٧١، بند ٤٠٦ وما بعده.

(٢) د. محمود جمال الدين ذكى، الوجيز فى نظرية الالتزام فى القانون المدنى المصرى، الجزء الأول مصادر الالتزام، الطبعة الأولى، ١٩٧٦، البندان ٢٢٢ – ٢٢٣.

(3) Jean Calais Auloy. Op. cit. N° 444.

د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ١١٦.

لا يوجد نص صريح فى القانون المصرى والقانون الفرنسى، يعطى المستهلكين مثل هذا الحق – أى الحق فى الامتناع عن الدفع – ولذلك نؤيد رأى الفقه القائل بأنه يجوز للمستهلكين الإلتجاء إلى مثل هذا الحل. وعلى جهة الإدارة المختصة أو المعنية بهذا النزاع القائم بينها وبين المستهلكين ان تنظره، أى تشكل بأقصى سرعة ممكنة لجنة محايدة من أصحاب الكفاءة من رجال الإدارة، وممثلين عن المستهلكين، وأن تعمل هذه اللجنة على الوصول إلى حل عادل للنزاع. فإذا لم تتوصل هذه اللجنة إلى حل يرضى الطرفين المتنازعين، وجب عرض النزاع فوراً – من جانب جمعية حماية المستهلك – أمام القضاء[1].

وبمناسبة هذا الامتناع يجدر الإشارة إلى أن المشرع المصرى فى قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ بالمادة رقم ١٢ منه نص على إنشاء جهاز حماية المستهلك ويكون له مجلس إدارة ينشئ لجان تختص بالفصل فى المنازعات الناتجة عن تطبيق أحكام هذا القانون والتى تقع بين المستهلكين وبين المهنيون "المورد، والمعلن" ويكون للجمعيات حق تمثيل المستهلكين امام هذه الجان.

ويتمتع قرار اللجان الصادر فى هذه المنازعات بقوة أو حجية الحكم الصادر عن المحكمة الابتدائية، ولذلك نرى هنا أن ما يراه الفقه الفرنسى سالف الذكر يتحقق فى مصر ولكن بصورة اخرى أمام هذه اللجان، وأن قانون حماية المستهلك المصرى قد نص فى المادة رقم ٢٣ منه على حق جمعيات حماية المستهلكين فى مباشرة الدعاوى القضائية التى تتعلق بمصالح المستهلكين أو التدخل فيها، وهذا بلا شك يقيد القضاء فى شأن اختصاص اللجان بمنازعات قانون حماية المستهلك، ويؤكد أن المشرع المصرى يريد تحقيق حماية فعالة للمستهلك ومن ثم يمكن أن يمثله هنا جمعيات حماية المستهلك.

---

(1) Jean Calais Auloy, op cit N° 444 et s.

د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ١١٦ – ١١٧.

وعن رأينا فى توضيح موقف المشرع المصرى بمناسبة تنظيمه لجمعيات حماية المستهلك ومدى تنظيمة لسبل الجمعيات فى الحماية والتى يمكن أن تتبعها من التوعية والدعاية المضادة، والامتناع عن الشراء أو المقاطعة، والامتناع عن الدفع، نرى أنه لا يوجد ما يمنع أو يحظر على الجمعيات اتباع أى سبيل من هذه السبل خاصة وأن المشرع المصرى قد نص على الحقوق الاساسية للمستهلك فى المادة رقم ٢ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ .

وهذه الحقوق تحتم أو تتطلب اتباع سبل الحماية المذكورة و بالاخص من خلال دور جمعيات حماية المستهلك، خاصة و أن المشرع نص فى المادة رقم ١٧ من قانون حماية المستهلك على انشاءو اختصاص اللجان ولم يحظر على جمعيات حماية المستهلك مباشرة الإدعاء أمام لجان منازعات الاستهلاك.

وفى المادة رقم ٢٤ من القانون نص على اختصاص جمعيات حماية المستهلك بنشر ثقافة حقوق المستهلك وتوعية المواطنين بحقوقهم وتمثيل المستهلكين قضائياً فى منازعات قانون الاستهلاك، وإنشاء قواعد للبيانات اللازمة لأداء اختصاصاتها، وهذا بالفعل فيه ما يعبر عن جواز اتباع سبل الحماية المذكورة، ولعل خير دليل على ذلك أن جهاز حماية المستهلك يساعد هذه الجمعيات ،حيث يمدها بما من شأنه تحقيق السبل المذكورة وذلك كله فى إطار من التوازن بين حماية المستهلك وحرية ممارسة النشاط الاقتصادى وفق ما هو مقرر فى المادة رقم (٢) من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦.

ثانياً: التقاضى لمصلحة المستهلكين:

نص المشرع المصرى صراحة فى الفقرة (أ) من المادة رقم ٢٣ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ على اختصاص جمعيات حماية المستهلكين بالتقاضى لمصلحة المستهلكين حيث قرر بأن من اختصاصات

جمعية حماية المستهلك حق مباشرة الدعاوى التى تتعلق بمصالح المستهلكين أو التدخل فيها. بما يجعل لها صفة أيضاً فى التقاضى أمام اللجان التى ينشئها جهاز حماية المستهلك للفصل فى منازعات قانون حماية المستهلك وذلك لمصلحة المستهلكين.

وفى فرنسا منح القانون المعروف باسم قانون روير "Royer" بتاريخ ٢٧ ديسمبر ١٩٧٣، جمعيات حماية المستهلك المسجلة أو المعتمدة، حق الالتجاء إلى القضاء بغرض الدفاع عن المصالح الجماعية للمستهلكين، ثم صدر قانون ٥ يناير عام ١٩٨٨، الذى وسع من نطاق هذا الحق، وأعترف صراحة لهذه الجمعيات بحق الإدعاء ، أى حق رفع الدعاوى الجماعية، وأنها تلعب دوراً رائداً فى مجال مقاومة الشروط التعسفية بعقود الاستهلاك، ووقف العمل بها فى هذه العقود[1]. وعلى ذلك نتناول دراسة احكام الجمعيات التى لها صفة فى هذا التقاضى وتنظيم هذه الصفة أو هذا الحق فى فرنسا ومصر كمايلى:-

---

(١) ويبرر الفقه الفرنسى منح جمعيات حماية المستهلك هذا الحق بحجج كثيرة منها أنه إذا ترك المستهلكين وشأنهم فسوف يقل عدد القضايا المرفوعة فى مواجهة الشروط التعسفية، وذلك بسبب نقص الوعى لدى الغالبية العظمى من المستهلكين البسطاء أصحاب الإمكانيات المادية المتواضعة والذين لا يقدرون على دفع النفقات والمصاريف أو الرسوم الكبيرة التى يتطلبها رفع الدعاوى وأتعاب المحاماة، وبالعكس فإن فتح باب الإدعاء أمام جمعيات حماية المستهلك يترتب عليه خلق فرص جادة لمقاومة ومجازاة الشروط التعسفية، التى يمكن – على المدى الطويل – أن تختفى من الوجود.

. راجع فى فرنسا:

- NORNNAND (J.) Les action en Justice des associations de Consommateur, Actes du Colloque du 24 Fev. 1994. At. 143.
- PAÏSANT (G.), De L'efficacite de La Lutte Contre Les Clauses abusives, D. S. chron, prec, 299 – 304.

وقارب د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ١١٩ – ١٢٠. د. أحمد السعيد الزقرد، المرجع السابق، ص ٢٥٠ وما بعدها، وص ٢٦٨ وما بعدها.

١- الجمعيات التى يجوز لها التقاضى لمصلحة المستهلكين(١):

فى فرنسا نص المرسوم رقم ٨٨ - ٨٨٦ الصادر فى ٦ مايو ١٩٨٨، والقرار الصادر فى ٢١ يونيو ١٩٨٨، على الشروط الواجب توافرها فى جمعية حماية المستهلك التى تمارس هذا الحق حيث تحصل على الترخيص "الإذن أو الاعتماد" من السلطات العامة، وهذه الشروط تتمثل فيما يلى:

١- أن تكون الجمعية مشهرة.

٢- ألا تمارس أى نشاط مهنى، ما لم يوجد نص مخالف.

٣- أن يكون غرض الجمعية الذى ينص عليها نظامها هو الدفاع عن مصالح المستهلكين.

٤- أن يكون للجمعية تمثيل كاف على المستوى المحلى أو القومى. ويتم تقدير ذلك فى ضوء عدة معايير تتعلق بمدة وجود الجمعية التى لا يجب أن تقل عن سنة، وكذلك نشاطها العام والفعلى بغرض الدفاع عن المستهلكين، ومدى إنتشار الجمعية الذى يقدر فى ضوء عدد المشتركين فيها.

وفى مصر لم يضع المشرع فى قانون حماية المستهلك أية اشترطات خاصة فى الجمعية أى فى جمعية حماية المستهلك حتى يمنحها الاختصاص أو الحق فى مباشرة الدعاوى القضائية أو التدخل فيها لمصلحة المستهلكين، وإنما

---

(1) J. P. PIZZIO, op. cit. N° 399 – 400.
- Jean Calais Auloy, "Les actions en Justice des associations de consommateurs, D. 1998. p. 193.
- Jean Calais – Auloy, "Propostion Pour de un Nouveaw droit de La consummation, 1985. dec. Fronc. P. 29 ets.

وقارب د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ١٢٠ - ١٢١. وكذلك د. أحمد السعيد الزقرد، المرجع السابق، ص ٢٧٩ وما بعدها.

أكتفى فى رأينا بما هو مقرر فى قانون الجمعيات والمؤسسات الأهلية رقم ٤٨ لسنة ٢٠٠٢، ولائحته التنفيذية رقم ١٧٨ لسنة ٢٠٠٢[١].

٢ـ تنظيم حق الجمعيات فى التقاضى لمصلحة المستهلكين[٢]:

فى فرنسا تعددت القوانين التى نظمت حق جمعيات حماية المستهلكين فى التقاضى لمصلحة المستهلكين حيث بدأت بقانون روير لسنة ١٩٧٣ حيث كونه النص الأساسى والأول الذى يتعلق بمسألة حق جمعيات حماية المستهلك فى الإدعاء أمام القضاء، ومن بعده قانون ٥ يناير ١٩٨٨ وانتهاءً بقانون الاستهلاك الفرنسى لسنة ١٩٩٣ وما يليه من تعديلات له وعلى ذلك يتم توضيح هذا التنظيم بشئ من الإيجاز كما يلى:-

وفقاً لقانون ٢٧ ديسمبر ١٩٧٣ وتطبيقاً للمادة رقم ٤٦ منه، يمكن لجمعيات حماية المستهلك المرخص لها لهذا الغرض أن تباشر أمام المحاكم بجميع أنواعها الدعاوى المدنية التى تتعلق بالأعمال التى يترتب عليها ضرراً مباشراً أو غير مباشر بالمصلحة الجماعية "المشتركة" للمستهلكين[٣].

---

(١) انظر فى شأن تفاصيل الجمعيات وشروطها عامة، د. محمد حسين منصور، نظرية الحق، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٩، ص ٤٦٩ وما بعدها.

(٢) راجع د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ١٢١. د. أحمد السعيد الزقرد، المرجع السابق، ص ٢٦٨ وما بعدها.

(٣) ويقصد بالمصلحة الجماعية، مصلحة مجموع المستهلكين الذى تمثلهم الجمعية. وتختلف المصلحة الجماعية للمستهلكين عن المصلحة الاجتماعية أو مصلحة المجتمع بأسره. فهذه المصلحة عامة تتولى النيابة العامة الدفاع عنها فى حالة حدوث ضرر اجتماعى عام. ولاحظ البعض من الفقه الفرنسى – أنه يمكن – أيضاً – للجمعيات المذكورة، بناء على ما سبق – أن تطالب بالغاء الشروط التعسفية التى تتضمنها العقود المقدمة أو المفروضة على المستهلكين ومع ذلك فقد أصدرت الدائرة المدنية لمحكمة النقض الفرنسية حكماً – منتقداً – بتاريخ ١٩٨٥/١/١٦، يفسر تفسيراً ضيقاً نص المادة رقم ٤٦ من قانون ١٩٧٣، حيث فيه قضت بأن الدعوى المدنية التى ورد النص عليها فى المادة المذكورة يجب أن يقصد بها فقط دعوى تعويض الضرر الحاصل بسبب مخالفة قانون العقوبات، وهذا الحكم منتقد ومن أهم الانتقادات أنه يخشى فى حالة وقوع جريمة جنائية، التركيز فقط على ما أصاب المصلحة العامة من ضرر، دون الاهتمام بالأضرار التى أصابت مصلحة المستهلكين، وكما أنه إذا لم تكن هناك=

وبموجب قانون ٥ يناير ١٩٨٨ تم إعادة تنظيم دعاوى جمعيات حماية المستهلك أمام القضاء، ومن بين الدعاوى التى أجازها هذا القانون دعوى الغاء الشروط التعسفية التى نصت عليها المادة السادسة من هذا القانون.

بموجب هذه المادة يكون لجمعيات حماية المستهلك المرخص لها أن تطلب من القضاء المدنى أو التجارى بأن يقضى بالغاء الشروط التعسفية المدرجة فى العقود التى يقدمها المهنيون – عادة – للمستهلكين ويمكن للقضاء أن يفرض غرامة تهديدية على المهنى، إذا لزم الأمر(١).

وفى تقنين الاستهلاك الفرنسى لسنة ١٩٩٣، حيث إشكالية الاعتراف بحق جمعيات حماية المستهلكين فى التقاضى لمصلحة المستهلك، نجد أنه قد نظم فرضين فى هذا الشأن، الفرض الأول يتعلق بحالة وجود جريمة جنائية،

=جريمة جنائية فإن جمعيات حماية المستهلكين لا تكون قادرة على الإدعاء أمام القضاء ضد الممارسات التعسفية من جانب المهنيين. راجع:

- NORMAND (J.). Art. Prec. 147 et. C. Cas, D. Ferrier, op. cit. N°. 196. ets.
- A. S. CYTERMANN, "La Commissiondes clauses abusives et Le droit Commun des obligation, R. T. D. eiv. 1985. J. C. P. 1985. 20484. Nole.
- Jean. Calais. Auloy. Note sous cass. Civ. 16 Juill. 1987. D. S. 1988. 49.

وراجع كذلك د. أحمد السعيد الزمرد، المرجع السابق، ص ٢٨٣ وما بعدها.
وراجع د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص ١٢١ وما بعدها.

(١) وقد قضت محكمة استئناف باريس تطبيقاً لهذا النص بأن من الجائز لجمعيات حماية المستهلك الإدعاء أمام القضاء بغرض طلب الغاء الشروط التعفسية، وبالتدخل فى نزاع فردى ومن المقبول بوجه خاص أن تطلب الجمعية بطلان شرط المصاريف التى تم إضافتها من جانب طرف واحد هو البنك فاتح الحساب الجارى. راجع:

- T. de. G. Inst. De Paris. 25 Oct, 1989. obs. J. Mestre. Chron. Prc. 475. et. – J. NORMAND Art. Prec. 14, - 1950, - G. PAISANT. PREC. Actes. De Colloque. De. 24 Fev. 1994. 95.

وقارب فى ذلك، د. أحمد السعيد الزقرد، د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، نفس الموضع.

والفرض الثانى يتعلق بحالة عدم وجود جريمة جنائية. كما وضع المشرع العديد من الأحكام المشتركة[1]. ونتناول بإيجاز الحديث عن كل ذلك فيما يلى:

فى حالة وقوع جريمة جنائية نتج عنها ضرراً مباشر أو غير مباشر ماس بالمصلحة الجماعية للمستهلكين، تستطيع جمعيات حماية المستهلكين المرخص لها أن تباشر الحقوق المعترف بها للطرف المدنى، سواء أمام القضاء المدنى أو القضاء الجنائى، ويمكنها بهذه الصفة أن تطالب بتعويض مالى عن الضرر الذى لحق مجموع المستهلكين.

وقد قرر تقنين الاستهلاك الفرنسى تنظيماً لحق جمعيات حماية المستهلك فى التقاضى لمصلحة المستهلكين فى حالة عدم وجود جريمة جنائية – أى متى شكل فعل المهنى الضار بمصالح مجرد خطأ مدنى – حيث قرر المشرع بأنه لا يجوز لجمعيات حماية المستهلك رفع الدعاوى فى حالة عدم وقوع جريمة جنائية إلا فى حالتين هما:

الحالة الأولى: حالة المطالبة بالغاء الشروط التعسفية.

---

(١) وتستطيع الجمعيات هذه أن تطلب من القضاء المدنى أو الجنائى أن يفرض على المدعى عليه متى لزم ذلك غرامة تهديدية مالية، أو إجراء آخر، بهدف وقف التصرفات غير المشروعة أو الغاء الشروط الغير مشروعة الواردة بالعقد أو نموذج العقد المفروض على المستهلكين، ويلاحظ أن نص المادة رقم ٤٢١/ ١ من تقنين الاستهلاك مأخوذ من نص المادة الأولى من نص المادة الأولى من القانون السابق لعام ١٩٨٨.

راجع:

- NORMAND, (J.), Art. Prec. 147.
- Jean Calais. Auloy, Les actions en Justice des associations des consommateurs Commentairs de La Loi du 5 Janv. 1988. D. S. 1988. chron. 193.

وراجع د. أحمد السعيد الزقرد، المرجع السابق،ص ٢٨٣ وما بعدها ص ٢٩١.

د. حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، نفس الموضع.

الحالة الثانية: حالة التدخل الاختيارى من الجمعيات المذكورة فى نزاع فردى معروض أمام المحاكم(١).

ومن النصوص المشتركة المنظمة – فى قانون الاستهلاك الفرنسى – لدعاوى جمعيات حماية المستهلك لمصلحة المستهلكين نذكر نص المادة رقم ٤٢١/ ٨ من هذا القانون حيث يهدف إلى تسهيل تقديم وسائل الإثبات التى تكون بحوزة النيابة العامة لصالح المستهلكين حيث أنه يمكن للنيابة العامة أن تقدم للقضاء المختص – بصرف النظر عن وجود نصوص مخالفة – المحاضر أو بيانات التحقيقات التى بحوزتها والتى يكون تقديمها مفيداً فى حل النزاع،

---

(١) حيث قرر المشرع أنه فى غير حالة الجريمة يكون لجمعيات حماية المستهلك – بصفة مبدأية – أن ترفع دعاوى بالغاء الشروط التعسفية المنصوص عليها فى نماذج العقود "الاتفاقات" المعتادة التى يطرحها المهنيون على المستهلكين، وأن تطالب بفرض غرامة مالية تهديدية على المهنيين إذا لزم الأمر ذلك، م ٤٢١/ ٦ من تقنين الاستهلاك الفرنسى، وم٤ من قانون ٩٥ – ٩٦ بتاريخ أول فبراير ١٩٩٥ المتعلق بالشروط التعسفية وتقديم العقود، ويجب عدم الخلط بين دعوى إلغاء الشروط التعسفية، وبين دعوى إلغاء الشروط الغير مشروعة المنصوص عليها فى المادة رقم ٤٢١/ ٢، ٧ والتى قد لا تكون شروط تعسفية، حيث أن الشروط التعسفية لها مفهوم خاص ومستقل عن الشروط الغير مشروعة، حتى يمكن القول بأن كل شرط تعسفى هو شرط غير مشروع وليس العكس. كما أن لجمعيات حماية المستهلك وفق القانون أن تتدخل أمام القضاء المدنى الذى أدعى أمامه مستهلك عادى فرد بغرض الحصول على تعويض عن الضرر الذى لحق به بسبب إعمال لا تعد جرائم. وهذا الإدعاء بالطبع ليس بطريق الدعوى الأصلية وإنما عن طريق التدخل الانضمامى فى دعوى سابق رفعها بواسطة المستهلك الفرد العادى. ولا يقبل هذا التدخل "بطريقة فرعية" إلا إذا كان الطلب أو الإدعاء الأصلى من المستهلك مقبول. ومع ذلك فى مصر نرى أن جمعيات حماية المستهلك لها إتباع الطريقين الدعوى الأصلية المبتدئة أو الإدعاء الفرعى او الانضمام.

راجع:

- Jean Calais – Auloy, Art. Prec. 196. PAISANE (G.), chronc. Prec. D. 1988. 227 – NORMAND. (J.). Art. Prec 148 – PIZZIO. (J. P). op. cit. 410. Jean Calais Auloy, Note sous. Cass. 16 Juill 1987, prec. 1988. 49. 52.

راجع د. أحمد السعيد الزقرد، المرجع السابق، ص ٢٧٣ وما بعدها وص ٢٨٤ وما بعدها.

والنص الثاني هدفه إعلام الجمهور بالحكم الصادر في دعاوى جمعيات المستهلكين مفاده أنه يجوز للقضاء المختص بناء على طلب جمعيات حماية المستهلك، أن يأمر بنشر الحكم الصادر في مواجهة المدعى عليه عن طريق وسائل النشر الملائمة، لإخبار الجمهور بمضمون هذا الحكم، وذلك على نفقة المحكوم عليه(١).

وفي مصر نص المشرع في المادة رقم ٢٣ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ على أنه "مع عدم الإخلال باختصاص الجمعيات التي تنشأ لحماية المستهلك طبقاً لقانون الجمعيات الأهلية يكون لها الاختصاصات التالية:

أ- حق مباشرة الدعاوى التي تتعلق بمصالح المستهلكين أو التدخل فيها.

....".

وبذلك يكون المشرع المصري قد منح جمعيات حماية المستهلكين الحق في التقاضي لمصلحة المستهلكين عن كل ما يتعلق بمصالح المستهلكين سواء أكان ذلك بصدد دعوى مدنية أو دعوى جنائية أو غيرها، وسواء أكان ذلك بدعوى مبتدأة، أو عن طريق التدخل في دعوى قائمة وسواء أكان ذلك بصدد دعوى المستهلك فيها طرف أم لا طالما كانت تتعلق بمصالح المستهلكين.

وعلى ذلك نرى أن المشرع هنا قد جعل من جمعيات حماية المستهلك نائب أو ممثل قانوني عن المستهلك – نيابة قانونية – في الدعاوى القضائية التي لم يكن المستهلك طرفاً فيها على الأقل، كما أن هذا النص عام بمعنى أن جمعيات حماية المستهلك لها بداية حق التقاضي بشأن أي أمر من أمور الاستهلاك وذلك متى كان فيه تحقيق لمصالح المستهلكين سواء أكان هناك

---

(١) راجع:

- NORMAND (J.). Art. Prec. 148 – 149.
- Jean Calais. Auloy, op. cit. N° 150 ets.
- PIZZIO (J. P) op. cit. N° 144.

ضرر مباشر بالمستهلك أم لا، وبهذا فأن صفة التقاضى هذه تكون للجمعيات مباشرة أى لها الحق بصفة ذاتية أو شخصية، وقد يكون بصفة غير ذاتية أى ممارسة هذا الحق نيابة عن المستهلكين.

وعليه فإن لجمعيات حماية المستهلك حق التقاضى أمام اللجان المنشأة بقرارات مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك التى تختص نظر منازعات قانون الاستهلاك، وللجمعيات حق التقاضى فى جميع الدعاوى وأمام جميع الجهات القضائية متى كان ذلك متصلاً بحماية مصالح وحقوق المستهلكين.

كما أن المشرع منح هذه الصفة أو هذا الحق لجمعيات حماية المستهلك على فرض توقعه بأن المستهلك المضرور سوف يتردد أكثر من مرة فى رفع دعواه تجاه المهنى، وبالرغم من إعطاء القانون له هذا الحق، الا أنه يوازن بين الجهد والكلفة المالية اللازمة لإتمام هذا العمل واسترداد حقوقه وبين قيمة الضرر الذى أصابه، وغالباً ما يرجح كفة الأولى، ومن ثم يحجم عن رفع دعواه لعدم تحمله بنفقات باهظة أمام سلعة زهيدة، تحقق للمهنى كثيراً من الأرباح، وفى أحيان أخرى يخشى القيام بهذا العمل خوفاً من نفوذ إقتصادى كبير للمنتج "المهنى" أو تاجر كبير يمكنه مواصلة السير فى إجراءات التقاضى نظراً لما يتمتع به من مركز إقتصادى قوى، فى الوقت الذى تنقطع فيه أواصل المستهلك المضار، فيقف عن تحريك الدعوى أصلاً، أو يقف فى سيرها إن كان قد حركها(١).

ولذلك ايضا كان دور جمعيات حماية المستهلكين فى مباشرة الدعاوى التى تتعلق بمصالح المستهلكين أو التدخل فيها بما يحقق حماية أكبر للمستهلك بوصفه الطرف الضعيف. خاصة وأن جمعيات حماية المستهلك تختص فى مصر بتلقى شكاوى المستهلكين والتحقق منها والعمل على إزالة أسبابها، وهذا

(١) راجع د. السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، مرجع سابق، ص ٤.

يسهل بلا شك من مهمتها فى التقاضى لمصلحة المستهلكين ضد المهنيون متى كان قد شكل ما صدر من الأخيرين مساسا بمصلحة أو حقوق المستهلكين.

ومن الجدير بالذكر فى هذا الشأن نجد أن جمعيات حماية المستهلكين فى مصر تقوم بدور الوسيط بين جهاز حماية المستهلك والمهنيون، حيث تقوم بالوساطة فى إتمام عملية التصالح بشأن الجرائم التى تقع من المهنيون ضد المستهلكين، وذلك على أساس أنها تملك حق مباشرة التقاضى عن المستهلكين أو معهم، وباعتبارها تخدم مصالح المستهلكين، مما يقرب الهوة الواسعة بين المنتجين – أى المهنيون – والمستهلكين، ويتحقق بالتالى حماية غير مباشرة للمستهلكين، إذا تمت هذه الوساطة وهذا التصالح وفق مصالح المستهلكين[1].

كما أن المشرع المصرى منح أيضاً جمعيات المستهلك الصفة القانونية فى التقدم بالشكاوى إلى جهاز حماية المستهلك متى كانت هناك مخالفة صادرة عن المهنى بشأن أحكام قانون حماية المستهلك، وبالطبع متى كان من شأنها التأثير على حقوق وحماية المستهلك. وذلك وفقاً للمادة رقم ٢٩ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك.

ولذلك سوف نتناول فيما بعد الحديث عن الشكاوى التى يتم تقديمها إلى جهاز حماية المستهلك عن المخالفات التى تقع فى شأن قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦. ونخلص من كل ذلك بأن المشرع فى مصر أقر بأن لجمعيات حماية المستهلك صفة التقاضى أمام أى جهة تختص بالفصل فى

---

(١) خاصة وأن المشرع فى المادة ٢١ من قانون حماية المنافسة رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥ فى مصر، قد نص على جواز التصالح عن الجرائم التى تضر بفكرة نظام وحماية المنافسة ما دام لم يصدر فيها حكم بات، ولا يكون التصالح بالطبع إلا مع جهات تعبر عن أطراف هذه العلاقات. ومن أشخاص هذه العلاقات نجد جمعيات المستهلك حيث تمثيلها لمصالح المستهلكين والعمل على حمايتها والتى تتأثر بلا شك بأحكام ونظام حماية المنافسة، راجع د. محمود عبد الرحيم الديب، المرجع السابق، ص ١٠٢ – ١٠٣.

منازعات قانون الاستهلاك أو تنظر منازعات هذا القانون أياً كانت صفة هذه الجهة و ايا كانت طريقة التداعى أمامها.

المطلب الثالث
شكاوى ومنازعات قانون الاستهلاك
الفرع الأول
شكاوى قانون الاستهلاك

تمهيد:

نص المشرع فى المادة رقم ١٩ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ على أنه "على الجهاز عند ثبوت مخالفة أى من أحكام هذا القانون إلزام المخالف بتعديل أوضاعه وإزالة المخالفة فوراً أو خلال فترة زمنية يحددها مجلس إدارته، وذلك كله دون الإخلال بأحكام المسئولية الناشئة عن هذه المخالفات ..." حيث نص المشرع أيضاً فى الفقرة رقم ب من المادة رقم ١١ من ذات القانون على أن من اختصاص جهاز حماية المستهلك "... (ب) – تلقى الشكاوى من المستهلكين والجمعيات والتحقيق فيها".

وبموجب هذه النصوص وغيرها أتاح المشرع الفرصة لأن يتقدم كل من يرى أن هناك مخالفة لأى حكم من أحكام قانون حماية المستهلك بشكاوى إلى جهاز حماية المستهلك ليتخذ هذا الجهاز بشأنها الإجراء المناسب والكافى لمواجهة المخالفة الثابتة بها.

ولتحقيق وتفعيل ذلك الحق – أى الحق فى الشكوى – تناولت اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك فى المواد من رقم ٢٩ حتى رقم ٤٤ تنظيم هذه الشكاوى ونوجز فيما يلى شرح أحكام هذه الشكاوى:

أولاً: تقديم الشكاوى وشكلها:

١- صاحب الحق فى تقديم الشكوى:

منح المشرع الحق فى تقديم الشكاوى عن مخالفات أحكام قانون حماية الاستهلاك لكل من المستهلك وجمعيات حماية المستهلكين، حيث قضت المادة

رقم ٢٩ من اللائحة التنفيذية للقانون بأنه يجوز للمستهلك والجمعيات حماية المستهلك التقدم بشكاوى إلى الجهاز عن أية مخالفة لأحكام هذا القانون. ولا يتقاضى الجهاز مقابلاً عن الشكاوى التي يتلقاها ولا عما يتخذه من إجراءات حيالها. وهذا لا ينفي حق الجهاز في أن يقوم من تلقاء ذاته باتخاذ الإجراءات المناسبة تجاه المخالفات التي يكتشفها بنفسه دون أن يتقدم أحداً إليه بشكوى عنها[1].

٢ ـ شكل وبيانات الشكوى:

فرض المشرع شكلاً معيناً في الشكوى التي يتقدم بها المستهلك وجمعيات حماية المستهلكين، وهو الشكل الكتابي، حيث طلب في المادة رقم ٣٠ من اللائحة التنفيذية بأن تقدم الشكوى إلى الجهاز في صورة كتابية، وهنا قد تكون الكتابة بصورتها التقليدية، وقد تكون في صورتها الحديثة الالكترونية متى تم تقديمها من خلال الموقع الالكتروني للجهاز عبر شبكة الانترنت. ونرى أن جزاء تخلف هذا الشكل هو عدم الاعتداد بالشكوى ومن ثم عدم إحالتها إلى جهة الإدارة المختصة بفحص الشكاوى في جهاز حماية المستهلك لعدم استيفائها الشكل المطلوب أي يلتفت الجهاز عن فحص أي شكوى غير مستوفية للشكل والبيانات والمستندات المحددة في المادة ٣٠ من اللائحة التنفيذية وهو يقابل جزاء عدم القبول في الدعاوى القضائية.

---

(١) هذا ويلاحظ أنه رغم النص في اللائحة على حق المستهلك في تقديم الشكاوى إلا أن هذا الحق ثابت أيضاً للمستهلك وفقاً لما هو منصوص عليه في الفقرتين "ز" و(ح) من نص المادة رقم ٢ من قانون حماية المستهلك، حيث حق المستهلك في رفع الدعاوى القضائية عن كل ما من شأنه الإخلال بحقوقه أو الإضرار بها أو تقييدها وذلك بإجراءات سريعة وميسرة وبدون تكلفة. وقد أكدت ذلك اللائحة التنفيذية والنصوص المذكورة في المتن. وكذلك إعمالاً لحق المستهلك في اقتضاء تعويض عادل عن الأضرار التي تلحق به أو بأمواله من جراء شراء أو استخدام المنتجات أو تلقي الخدمات. وهذا يتطلب بلا أدنى شك الاعتراف بحق المستهلك في تقديم الشكاوى.

وعن البيانات الواجب توافرها فى الشكوى الكتابية المقدمة للجهاز فأنه يجب أن تتضمن حداً أدنى من البيانات وتشفع بالمستندات وإلا قرر الجهاز عدم قبول أو التفت عن فحصها وهذه البيانات هى[1]:

١- اسم مقدم الشكوى وعنوانه وعمله وصفته ومصلحته فى تقديمها والمستندات المؤيدة لهذه البيانات. "سواء أكان المتقدم بالشكوى مستهلك أو جمعية من جمعيات حماية المستهلك".

٢- اسم المشكو فى حقه وعنوانه وطبيعة نشاطه. أى المهنى ولذلك فأن تحديد هويته أمر واجب فى إعلام المستهلك".

٣- نوع المخالفة محل الشكوى. أى وصف الواقعة التى تمثل مخالفة لأحكام قانون الاستهلاك.

٤- الأدلة التى تقوم عليها الشكوى والمستندات المتصلة بها إن وجدت.

ونلاحظ بمناسبة هذا البيان أن فيه تكليف أو إلقاء لعبء الإثبات على عاتق الشاكى حتى ولو كان هو المستهلك. ولذلك وتحقيقا لحماية المستهلك نرى أن هذا العبء ان كان واقع على المستهلك فانه مقيد بأن يكون المستهلك متاح لديه دليل الإثبات كما لو كان قد حصل على الفاتورة فيلتزم هنا بتقديمها . وإلا كان له أن يقدم الشكوى بدون هذه الأدلة أو المستندات اذا كانت غير متاحة لديه. وهنا فان الجهاز يكون ملزماً بفحص الشكوى حتى يحقق الحماية الفعالة والمنشودة للمستهلك.

٥- بيان الضرر الواقع على الشاكى إن وجد. وهذا يعنى أن الضرر ليس شرطاً أو بياناً ضرورياً فى بيانات الشكوى أو لتقديم الشكوى، لأن مخالفة القانون قد لا تمثل ضرراً مباشراً أو محدد لشخص بعينه أو للشاكى بعينه بل يمكن أن يكون الشاكى غير مضرور.

---

(١) انظر المادة رقم ٣٠ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك.

وقد قرر المشرع فى المادة رقم ٣٠ من اللائحة التنفيذية ان من حق جهاز حماية المستهلك أن يلتفت عن فحص أى شكوى غير مستوفاة للشكل أو البيانات والمستندات المشار إليها فى هذا النص وفى جميع الأحوال يكون للجهاز تلقي شكاوى المستهلكين بأية طريقة يراها مناسبة لتحقيق حماية فعالة للمستهلكين.

وهذا يعنى أن هذا النص يقرر حكم أو قاعدة مكملة فى شأن شكل وبيانات الشكوى حيث يمنح جهة الإدارة – أى جهاز حماية المستهلك – مكنة مخالفتها أو الخروج عن حكمها، بحيث يتاح لها أن تقبل الشكوى الشفاهية والتى لم يتوافر فيها البيانات والمستندات المذكورة، ويمكن أن ينظم الجهاز شكل وبيانات الشكوى بأى طريقة يراها ملائمة مدام ليس فيها ما يمس حق الشاكي فى تقديم الشكوى ولا سيما ما يمس حق المستهلك فى التقاضى واقتضاء التعويض العادل عما يصيبه من أضرار.

أى أن للجهاز حرية فى طريقة تنظيم شكل وبيانات الشكوى ولكن بما لا يشكل مساسا بحقوق المستهلك المنصوص عليها فى المادة الثانية من قانون حماية المستهلك وإلا قامت مسئولية الجهاز تجاه المستهلك.

ثانياً: فحص الشكاوى وإجراءاته:

يتولى جهاز حماية المستهلك فحص الشكاوى المقدمة إليه سواء من المستهلك أو من جمعيات حماية المستهلك متى عبرت عن وجود مخالفة لأحكام قانون حماية المستهلك، ويكون الفحص وفق إجراءات حددتها أحكام اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك بالمواد من رقم ٣١ حتى ٤١ وذلك على النحو التالى:

١ـ قيد الشكوى ومتابعتها:

يجب على جهاز حماية المستهلك – أى الإدارة المختصة بتلقى الشكاوى فى جهاز حماية المستهلك – أن تقوم بقيد الشكاوى التى تقدم إليها فى سجل مخصص لقيد مثل هذه الشكاوى.

ويجب أن تدون كافة البيانات والإجراءات المتخذة فى هذه الشكوى مع تحديد تاريخها. كما تلتزم الإدارة بمجرد تلقيها الشكاوى وتقيدها بأن تعطى للشاكى إيصالاً ثابت به رقم وتاريخ قيد الشكوى. ويثبت فى سجل الشكاوى وبصفة منتظمة ومستمرة، ما تم اتخاذه من إجراءات فى شأن الشكاوى المقيدة فيه، وما يصدر فى شأنها من قرارات أو أحكام أو خلافه[1].

٢ـ عرض الشكاوى وإحالتها[2]:

بعد أن يتلقى الجهاز الشكوى ويقوم بقيدها فى سجل الشكاوى، يجب أن يتم عرضها على المدير التنفيذى لجهاز حماية المستهلك حتى يتحقق من مدى استيفائها للشكل وللبيانات والمستندات المنصوص عليها فى المادة رقم ٣٠ من اللائحة التنفيذية أو عدم استيفائها فيمكنه أن يطلب هذا الاستيفاء من مقدم الشكوى. وبعد أن يتأكد من استيفاء الشكوى لكل ذلك يجب على المدير التنفيذى أن يقوم بإحالة الشكوى إلى الإدارة المختصة بفحص الشكاوى، ويخطر رئيس جهاز حماية المستهلك بهذه الإحالة.

هذا وقد تثور منازعة ما بين مقدم الشكوى "المستهلك مثلاً" والمدير التنفيذى للجهاز فى شأن ما إذا كانت شكواه مستوفاة للبيانات والشكل والمستندات أم لا، فمثلاً قد يرد الجهاز بأن الشكوى غير مستوفاه ولا يتم بذلك إحالتها لجهة الفحص، فهنا يجوز للشاكى أن يطعن على هذا القرار أمام محكمة القضاء الإدارى لأن القرار الصادر فى هذا الشأن عن المدير التنفيذى لجهاز حماية المستهلك هو قرار ادارى نهائى.

ويطعن على ذلك دون التقيد بشرط عرض النزاع على لجان التوفيق – لأن المشرع فى المادة رقم ٢٢ من قانون حماية المستهلك استثنى هذه

---

(١) انظر المادة رقم ٣٢ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦.

(٢) انظر المادة رقم ٣٣ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦.

المنازعات من الخضوع لشرط العرض على لجان التوفيق – ويختصم مباشرة المدير التنفيذى للجهاز حيث أنه هو الذى يمثل جهاز حماية المستهلك أمام القضاء والغير[1].

٣- أعمال فحص الشكاوى:

بعد إحالة المدير التنفيذى الشكوى إلى إدارة الفحص المختصة بالجهاز، تقوم هذه الإدارة بفحص الشكوى المحالة إليها[2].

وعلى ذلك فلا يجوز لها –اى الادارة المختصة بالفحص - أن تتصدى من تلقاء نفسها لفحص شكاوى غير محالة لها من المدير التنفيذى للجهاز.

ومع ذلك نرى أن للمدير التنفيذى ومن ثم للجهاز أن يقوم هو بتقديم شكاوى عن مخالفات لأحكام قانون حماية المستهلك ويحيلها لإدارة الفحص وفق الإجراءات المرسومة.

وتتولى الإدارة المختصة بالجهاز فحص الشكاوى أو الشكوى المحالة إليها من المدير التنفيذى فور تلقيها، وذلك فى مدة لا تجاوز ثلاثين يوماً، ويحرر محضراً بجميع الإجراءات التى أتخذت حيالها. وهذا الميعاد هو ميعاد تنظيمى مخالفته لا تشكل أى أثر على صحة الإجراءات المتخذة بعده، وإنما يمكن ان تثور المسئولية الإدارية عن مخالفته لمن هو قائم على عملية الفحص.

وتحرر إدارة الفحص المختصة محضراً تثبت فيه كافة الإجراءات التى أتخذتها فى شأن الشكوى المحالة إليها. وتخطر بكل ذلك المدير التنفيذى.

هذا ويكون للمدير التنفيذى إحالة ما يراد إليه من شكاوى إلى الأجهزة المعنية فى الدولة ويتولى متابعة ما تم من تصرف فيها وإخطار مقدم الشكوى بما يتم فى شأنها من إجراءات[3].

---

(١) انظر نص المادة رقم ٢٢ من قانون حماية المستهلك، والمادة رقم ٣٣ من اللائحة التنفيذية.

(٢) انظر المادة رقم ٣٤ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك.

(٣) انظر المادة رقم ٣٤ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك.

ثالثاً: صفة الضبطية القضائية للعاملين بجهاز حماية المستهلك وحكمتها:

نص المشرع فى المادة رقم ٢١ من قانون حماية المستهلك على أنه "يكون للعاملين بالجهاز الذين يصدر بتحديدهما قرار من وزير العدل بالاتفاق مع الوزير المختص بناء على اقتراح مجلس إدارة الجهاز صفة الضبطية القضائية فى تطبيق أحكام هذا القانون.

ويكون لهؤلاء العاملين الحق فى الإطلاع لدى أية جهة حكومة أو غير حكومية على الدفاتر والمستندات والحصول على المعلومات والبيانات اللازمة لفحص الحالة المعروضة على الجهاز".

و استكمالاً لأعمال وفحص الشكاوى المقدمة لجهاز حماية المستهلك بشأن مخالفة أحكام قانون حماية المستهلك نص المشرع على اجازة منح صفة الضبطية القضائية للعاملين بجهاز حماية المستهلك ،حيث يصدر بتحديدهم قرار من وزير العدل بالاتفاق مع وزير التجارة والصناعة بناء على اقتراح مجلس إدارة الجهاز".

وكانت هذه الصفة ضرورة لأن مخالفات أحكام قانون حماية المستهلك تشكل فى معظمها جرائم ،وذلك حسب الوارد فى نص المادة رقم ٢٤ من قانون حماية المستهلك، ولهذا تمثل الإجراءات السريعة التى تتخذ حيال المخالفة إجراءات ضبط وتحقيق وإثبات وعليه كان من اللازم منح العاملين بجهاز حماية المستهلك صفة الضبطية القضائية حتى يمكنهم القيام بذلك وعلى وجه السرعة.

وفى اطار ذلك يلتزم العاملون بجهاز حماية المستهلك ممن لهم صفة الضبطية القضائية بان يحمل بطاقة تعريف تتضمن بياناً بهذه الصفة والمجال الذى يمارسون فيه صلاحيتهم بناء على هذه الصفة، ويجب عليهم الكشف عن

هويتهم وإطلاع صاحب الشأن عليها. ويكون لهم بناء على ذلك القيام بالإجراءات الآتية[1]:

١- الإطلاع لدى أية جهة من الجهات حكومية كانت أو غير حكومية على الدفاتر والمستندات والحصول على المعلومات والبيانات اللازمة لفحص الحالات محل الشكاوى المعروضة على الجهاز.

٢- الدخول خلال ساعات العمل الرسمية إلى أماكن ومقار عمل الأشخاص الخاضعين للفحص، وذلك بعد الحصول على إذن كتابى صريح من المدير التنفيذى للجهاز موضحاً فيه على وجه الخصوص تاريخ إصداره ومدة سريانه، ويجوز لهم الاستعانة برجال السلطة العامة إذا تطلب الأمر ذلك.

٣- اتخاذ إجراءات جمع الاستدلالات اللازمة للفحص وسؤال أى شخص فى شأن ارتكابه أية مخالفة لأحكام القانون.

وللقيام بهذه الأعمال وحتميتها فى فحص الشكاوى كان من اللازم على المشرع أن يقرر منح صفة الضبطية القضائية للعاملين بجهاز حماية المستهلك ومقابل ذلك كان فرض المشرع لالتزام قانونى هام على عاتق العاملون بجهاز حماية المستهلك هو الالتزام بالسرية، حيث حظر عليهم الإفصاح عن أو إفشاء المعلومات والبيانات ومصادرها المختلفة المتعلقة بالحالات الخاصة بتطبيق أحكام هذا القانون، والتى يتم تقديمها أو تداولها أثناء فحص هذه الحالات – أى الشكاوى – واتخاذ الإجراءات وإصدار القرارات الخاصة بها وذلك عملاً بنص المادة رقم ١٨ من قانون حماية المستهلك.

وعملاً بالمادة رقم ١٨ من قانون حماية المستهلك أيضاً لا يجوز للعاملين بجهاز حماية المستهلك استخدام هذه المعلومات والبيانات ومصادرها لغير الأغراض التى قدمت من أجلها، كما يحظر على العاملين أيضاً القيام بأى

---

(١) انظر المادة رقم ٢١ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦.

عمل لمدة عامين من تاريخ تركهم للخدمة لدى الأشخاص الذين خضعوا للفحص أو الخاضعين له فى ذلك التاريخ.

وهذا كله يشكل التزامات تقع على عاتق العاملين بضمان السرية وعدم استخدام تلك المعلومات لأى غرض آخر غير ما كانت مخصصة له وعدم العمل لمدة عامين من تركة الخدمة لدى الأشخاص الذين خضعوا للفحص أو الخاضعين له فى ذلك التاريخ.

وهذا كله يشكل التزامات تقع على عاتق العاملين بضمان السرية وعدم استخدام تلك المعلومات لأى غرض آخر غير ما كانت مخصصة له وعدم العمل لمدة عامين من تركه الخدمة لدى الأشخاص الذين خضعوا للفحص أو الخاضعين له فى ذلك التاريخ. وإلا قامت مسئوليته الجنائية والمدنية إن لم يكن وفق القواعد العامة فأنها تقوم وفق نص المادة رقم ٢٤ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦.

وعلى ما تقدم يكون للعامل بصفته هذه القيام بما يلى:

١- أخذ العينات كعمل من أعمال فحص الشكاوى:

يعد من أهم إجراءات فحص الشكاوى أخذ العينات من السلع المعدة للتداول، وقرر المشرع بأن الذى يقوم بذلك الإجراء أحد العمال من مأمور الضبط القضائى العاملين بجهاز حماية المستهلك، وذلك عملاً بالمادة ٣٦ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك، حيث قرر بأنه يتم أخذ العينات من السلع المعدة للتداول من المتاجر والمخازن والمستودعات والثلاجات، ويجوز استكمال الإجراءات بالمصانع والوحدات الإنتاجية والمحال العامة التى يرتادها الجمهور وغير ذلك من الوحدات التى تعرض فيها تلك السلع، وذلك كله دون تدخل فى العملية الإنتاجية، وكل ما سبق يتطلب للقيام به بداهة تقديم شكوى من صاحب الحق فيها.

٢- ضوابط أخذ العينات:

نظم المشرع في المادة رقم ٣٧ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك قيام العامل ذو صفة الضبط القضائي بأخذ العينات، حيث نص المشرع على إلزام مأمور الضبط القضائي المنوط به أخذ العينات بمجموعة ضوابط أهمها استدعاء صاحب المنشأة أو المسئول عن إدارتها فور دخوله لمكان تواجد السلعة، ويطالبه بتقديم المستندات الدالة على مصدر السلعة المطلوب أخذ عينات منها، فإذا قدمت المستندات الدالة على ذلك يتم إثباتها تفصيلاً بمحضر أخذ العينات ويتم إرفاق صورة منها بعد مطابقتها بالأصل.

وإذ عجز صاحب المنشأة أو المسئول عن إدارتها عن تقديم تلك المستندات يتم التحفظ على السلعة محل المخالفة، ويحرر محضراً بذلك مع استمرار السير في إجراءات أخذ العينات اللازمة من تلك السلعة طبقاً للأحكام الواردة في المواد أرقام ٣٨، ٣٩، ٤٠، ٤١ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك.

وفي جميع الحالات يجب على مأمور الضبط القضائي القائم بعملية أخذ العينات أن يراعي كافة المواصفات القياسية المصرية والقرارات الوزارية المنظمة لطرق أخذ العينات. كما ألزم المشرع في المادة ٣٨ من اللائحة التنفيذية مأمور الضبط القضائي المختص بأخذ العينات بتحرير محضر بإثبات حالة السلعة وأخذ العينات منها بحضور صاحب المنشأة أو المسئول عن إدارتها، ويجب أن يدون بالمحضر ما اتخذه من إجراءات وعلى الأخص البيانات الآتية:

١- تاريخ وساعة ومكان فتح المحضر.

٢- اسم وصفة محرر المحضر، وبيانات الأمر الصادر بتكليفه بالمأمورية.

٣- اسم وصفة الشخص الذى تمت الإجراءات فى مواجهة سواء كان صاحب المنشأة أو المسئول عن إدارتها.

٤- نتيجة معاينة المكان المودع به السلعة.

٥- المستندات الدالة على مصدر السلعة.

٦- الإجراءات التى اتخذها محرر المحضر لإعداد العينات بما فى ذلك طريقة وكيفية سحب ونقل العينة وعدد العينات.

٧- تدوين كافة البيانات المدونة على السلعة المتحفظ عليها.

٨- توقيع صاحب المنشأة أو المسئول عن إدارتها على المحضر وإثبات واقعة إمتناعه عن التوقيع.

كما فرض المشرع فى المادة رقم ٣٩ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك التزام قانونى على عاتق مأمور الضبط القضائى أثناء ذلك وهو أن يراعى أن تقتصر المحاضر التى يقوم بتحريرها فقط على إثبات الوقائع والمستندات والأقوال دون التعرض لتكيفها القانونى.

وإذا ثبت صلاحية السلعة أو مطابقتها للمواصفات القياسية وفقاً لتقارير المعامل المختصة – حيث يتم تحليل العينات المأخوذة بالمعامل كإجراء من إجراءات فحص الشكاوى- يتم رفع التحفظ عن الكمية المتحفظ عليها، ويخطر الجهاز صاحب الشأن بنتيجة الفحص، وذلك عملاً بنص المادة رقم ٤٠ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك.

وبعد ظهور نتيجة تحليل العينات وإبلاغ المشكو فى حقه بها وكانت فى غير صالحه فله أن يتظلم منها، حيث يجوز لرئيس جهاز حماية المستهلك – بناء على طلب المشكو فى حقه – إعادة تحليل إحدى العينتين الأخريين فى معمل مرجعى معتمد من الجهة المختصة، مع تحمل المشكو فى حقه تكلفة

تحليل تلك العينات، وذلك تمكيناً لحقه فى الدفاع عن نفسه، وذلك تطبيقاً للمادة رقم ٤١ من اللائحة التنفيذية.

رابعاً: التصرف فى الشكوى:

وفقاً للمادة رقم ٤٢ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك يكون لرئيس مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك – بعد النظر فى التقرير الخاص بالحالة محل الشكوى المعروضة – أن يصدر قراراً مسبباً بإحالتها إلى الجهات المختصة – كالنيابة العامة مثلاً – أو يحفظها، أو يأمر بإجراء المزيد من الفحص بمعرفة الإدارة المختصة بالجهاز، ويتم إخطار ذوى الشأن بقرار الحفظ أيضاً. ويعرض رئيس مجلس الإدارة تقريراً دورياً على المجلس عن الشكاوى وما اتخذه من قرارات بشأنها فى أول جلسة تالية لهذه القرارات والشكاوى.

ووفقاً للمادة رقم ٤٤ من اللائحة التنفيذية وكذلك عملاً بالمادة رقم ١٩ من القانون يكون على مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك عند ثبوت أى من أحكام قانون حماية المستهلك تكليف المخالف بتعديل أوضاعه وإزالة المخالفة فوراً أو خلال فترة زمنية يحددها المجلس. ويتولى المدير التنفيذى إخطار المخالف بهذا التكليف بموجب كتاب موصى عليه مصحوب بعلم الوصول، وللمجلس إذا ترتب على المخالفة أو كان من شأنها أن ترتب أى ضرر بصحة أو سلامة المستهلك أن يصدر قرار بوقف تقديم الخدمة أو التحفظ على السلعة محل المخالفة لحين انتهاء الفحص أو صدور حكم فى شأنها.

ويتولى المدير التنفيذى كذلك إعلام المخالف والمستهلكين بالمخالفة والقرار الذى ينتهى إليه مجلس الإدارة فى شأنها، وذلك بموجب كتاب موصى عليه مصحوب بعلم الوصول، وذلك حتى يسرى ميعاد الطعن فى هذا القرار فى حق المشكو فى حقه، ويكون الطعن على هذا القرار أمام محكمة القضاء

الإدارى ولكن دون التقيد بشرط عرض الموضوع على لجان التوفيق، وذلك كله عملاً بنص المادة رقم ٢٢ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦.

الفرع الثانى
لجان الفصل فى منازعات الاستهلاك

تمهيد:

نص المشرع فى المادة رقم ١٧ من قانون حماية المستهلك على أنه "تشكل بقرار من مجلس إدارة الجهاز لجان تتولى الفصل فى المنازعات الناتجة عن تطبيق أحكام هذا القانون والتى تقع بين المستهلكين وبين الموردين أو المعلنين بعد دعوتهم للحضور لإبداء دفاعهم، ويكون تشكيل اللجنة برئاسة رئيس محكمة ابتدائية وعضوية قاضى يتم اختيارهما طبقاً لقانون السلطة القضائية، وواحد من ذوى الخبرة يختاره الوزير المختص بتطبيق أحكام هذا القانون بناء على ترشيح من مجلس إدارة الجهاز وللجنة أن تستعين فى أداء عملها بمن ترى الاستعانة بهم دون أن يكون لهم صوت محدود فى التصويت.

ويكون الطعن فى قرارات اللجان أمام محكمة الاستئناف المختصة وفقاً للقواعد المقررة فى قانون المرافعات المدنية".

وقد قام المشرع بتفصيل هذا النص فى نصوص المواد من رقم ٤٥ وحتى رقم ٥٢ من مواد اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك، وبهذا فأن المشرع فى قانون حماية المستهلك قرر صراحة مراعاة منه للطبيعة الخاصة لعلاقات الاستهلاك ومنازعاتها أن يختص بالفصل فى منازعاتها لجان ذات طبيعة قضائية بما يسهل لحد كبير على أشخاص منظومة الاستهلاك – ولا سيما المستهلك – إجراءات التقاضى وبما يضمن فى ذات الآن حماية المصالح الاقتصادية للمهنى ومن ثم حماية الكيان الاقتصادى للدولة ويحقق التوازن

المنشود فى قانون الاستهلاك بين حماية المستهلك وكفالة النشاط الاقتصادى وتقدمه وتطوره، ونوضح ما تقدم فيما يلى:

أولاً: تشكيل اللجان وتحديد اختصاصها:

وفقاً لنص المادة رقم ١٧ من قانون حماية المستهلك، والمادة رقم ٤٦ من اللائحة التنفيذية تشكل كل لجنة من لجان الفصل فى منازعات قانون الاستهلاك بقرار من مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك – أى أن المختص بانشاء هذه اللجان هو مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك – ويكون قرار التشكيل على النحو الآتى:

- رئيس بالمحكمة الابتدائية "رئيساً"
- قاض بالمحكمة الابتدائية "عضواً"
- أحد ذوى الخبرة "عضواً"

ويكون اختيار رئيس اللجنة وعضوها الاول من القضاة وفقاً لأحكام قانون السلطة القضائية ويكون اختيار عضوها الاخير من ذوى الخبرة بمعرفة الوزير المختص بناء على ترشيح مجلس إدارة الجهاز. هذا ويجب وفقاً للمادة رقم ٤٧ من اللائحة التنفيذية أن يراعى فى اختيار عضو اللجنة من ذوى الخبرة ألا يكون قد أبدى رأياً فى النزاع المعروض ولو فى هيئة تقرير استشارى، وألا يكون قد أتصل عمله بهذا النزاع على أى نحو كان.

ووفقاً للمادة رقم ١٧ من القانون، والمادة رقم ٤٨ من اللائحة التنفيذية يكون من سلطات اللجنة أن تستعين فى أداء عملها بمن ترى الاستعانة بهم دون أن يكون لهم صوت معدود فى التصويت، بما فى ذلك ذوى الخبرة من الغرف التجارية واتحاد الصناعات، وذلك بحسب طبيعة كل نزاع ونوع المنتج محل المنازعة.

ووفقاً لنص المادة رقم ١٧ من القانون والمادة رقم ٤٥ من اللائحة التنفيذية تختص هذه اللجان بالفصل فى منازعات قانون حماية المستهلك التى تنتج عن تطبيق أحكام هذا القانون، والتى تقع بين المستهلكين وبين المهنى "الموردين والمعلنين" بما يعنى أن هذه المنازعات غير محصورة ولكن خص المشرع بالذكر المنازعات التى تقع بين المستهلكين وبين المهنى "المورد أو المعلن" لأنها محور أحكام قانون حماية المستهلك.

ثانياً: إجراءات الفصل فى النزاع، وطبيعة القرار الصادر فى النزاع:

بينت اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك إجراءات فصل اللجان فى المنازعات الناتجة عن اعمال قانون حماية المستهلك والتى تكون بين المستهلكين والمهنيون.

حيث قررت المادة رقم ٤٩ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك أن النزاع الذى يرفع إلى اللجنة يكون بطلب يقدم إليها وفق النموذج المعد لذلك ومن صورتين، سواء أكان مقدم من المستهلك أو كان مقدم من المهنى.

ويحدد رئيس اللجنة جلسة لنظر النزاع، ويخطر الخصوم بميعادها، ويكفلهم بالحضور أمام اللجنة قبل عشرة أيام على الأقل من هذا الميعاد بموجب كتاب موصى عليه مصحوب بعلم الوصول، وذلك وفقاً للأصول العامة للتقاضى، أى وفقاً لما هو مقرر فى القواعد العامة بقانون المرافعات المدنية والتجارية بشأن رفع الدعوى القضائية ولكن بما يتماشى وطبيعة اللجنة المختصة وطبيعة منازعات قانون الاستهلاك، وذلك من حيث انعقاد الخصومة بالعلم من خلال الكتاب الموصى عليه بعلم الوصول للمشكو فى حقه، ويتبع فى التداعى أمام هذه اللجنة أحكام التداعى العامة فى قانون المرافعات.

وعلى ذلك يكون للجنة نظر النزاع ما للمحكمة – اى المحكمة الابتدائية – من سلطات للفصل فى منازعات قانون الاستهلاك، فلهامثلا سلطة ندب الخبراء، ولكن إذا ما قررت الجنة ندب خبير فأنه يجب عليها ووفقاً للمادة رقم ٥٠ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك أن يتضمن قرار الندب هذا ما يلى من بيانات:

١- بياناً دقيقاً لمأمورية الخبير.

٢- تاريخ الجلسة التى تحدد لمناقشة التقرير.

ووفقاً لنص المادة رقم ٥١ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك تلتزم اللجنة باتفاق الخصوم فى شأن اختيار الخبير، بمعنى أنه إذا اتفق الخصوم على اختيار خبيراً أقرت اللجنة هذا الاختيار، وإذا كان الخبير من العاملين بالحكومة أو الوحدات التابعة لها أعلنته اللجنة بقرار ندبه عن طريق جهة عمله، أما إذا كان من غيرهم وجوب إعلانه بكتاب موصى عليه مصحوب بعلم الوصول.

وعملا بالمادة رقم ١٧ من قانون حماية المستهلك، والمادة رقم ٥٢ من اللائحة التنفيذية لذات القانون فأن اللجنة تفصل فى النزاع على وجه السرعة بقرار مسبب – ويكون لهذا القرار ذات الطبيعة القانونية والقضائية المقررة للحكم القضائى الصادر عن المحكمة الابتدائية "المدنية والتجارية" – مع مراعاة طبيعة النزاع فيما يتعلق بالسلعة ودرجة قابليتها للتلف أو ذاتية الخدمة والمدى الزمنى لأدائها، ويكون قرارها فى هذا الخصوص بمثابة حكم صادر عن محكمة أول درجة.

و عليه يكون للخصوم وفقاً للقواعد العامة فى قانون المرافعات المدنية والتجارية الحق فى الطعن بالاستئناف، أى ان حق الطعن على القرار الصادر

عن اللجنة يكون أمام محكمة الاستئناف المختصة، وذلك أيضاً وفق ما هو منصوص عليه فى المادة رقم ١٧ من قانون حماية المستهلك.

كما اننا نرى أن جمعيات حماية المستهلك تتمتع كذلك بحق التقاضى أمام اللجان المختصة بنظر منازعات الاستهلاك وذلك إعمالاً لنص المادة رقم ٢٣ من قانون حماية المستهلك والمادة رقم ١٧ من ذات القانون .

ثالثاً: جزاء مخالفة أحكام قانون حماية المستهلك:

نص المشرع فى المادة رقم ٢٤ من قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ على أنه "مع عدم الإخلال بأية عقوبة أشد ينص عليها أى قانون آخر ودون الإخلال بحق المستهلك فى التعويض، يعاقب على مخالفة أحكام هذا القانون المنصوص عليها فى المواد ٣، و٤، ٥، ٦، ٧، ٨، ٩، ١١، ١٨، والفقرة الأخيرة من المادة رقم ٢٣ بغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه، ولا تتجاوز مائة ألف جنيه وفى حالة العود تضاعف الغرامة بحديها.

ويعاقب المسئول عن الإدارة الفعلية للشخص الاعتبارى المخالف بذات العقوبة إذا ثبت علمه بالمخالفة وكان إخلاله بالواجبات التى تفرضها عليه تلك الإدارة قد أسهم فى وقوع الجريمة. ويكون الشخص الاعتبارى مسئولاً بالتضامن عن الوفاء بما يحكم به من عقوبات مالية وتعويضات إذا كانت المخالفة قد ارتكبت من أحد العاملين به باسمه أو لصالحه.

وتقضى المحكمة بنشر الحكم الصادر بالإدانة على نفقة المحكوم عليه فى جريدتين يوميتين واسعتى الانتشار.

ويجوز لرئيس مجلس إدارة الجهاز التصالح مع المتهم قبل صدور حكم بات فى الدعوى الجنائية مقابل أداء مبلغ لا يقل عن عشرة آلاف جنيه ويترتب على التصالح انقضاء الدعوى الجنائية".

وبموجب هذا النص تثور المسئولية الجنائية والمدنية لمن يخالف الأحكام المنصوص عليها في المواد المذكورة، وتتمثل العقوبة الجنائية في الغرامة المالية، وتتمثل المسئولية المدنية في التعويض متى شكلت مخالفة الأحكام المذكورة خطأ سبب ضرر للمستهلك أو لغيره. كما أن القانون يقر بأن على القاضي أن يقضي بنشر الحكم الصادر بادانة المهني المخالفة لأحكام القانون في جريدتين يوميتين واسعتي الانتشار على نفقة المهني "المحكوم عليه".

هذا ويلاحظ أن كافة الجرائم المذكورة هذه يجوز التصالح بشأنها بين جهاز حماية المستهلك – أي رئيس جهاز حماية المستهلك – وبين المهني "المخالف"، وذلك قبل صدور حكم بات في الدعوى الجنائية مقابل أداء مبلغ مالي لا يقل عن عشرة آلاف جنيه، وعليه تنقضي الدعوى الجنائية بالتصالح، ولكن يجب وفقاً للمادة رقم ٥٣ من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك، أن يراعى عند التصالح على الأخص ما يأتي:

- إزالة أسباب المخالفة، أي يجب ألا يتصالح إلا بعد إزالة أسباب هذه المخالفة.
- تنازل الشاكي عن شكواه، أي أن ذلك يتيح بلا شك فاعلية التصالح مع المهني المشكو في حقه.
- يترتب على التصالح انقضاء الدعوى الجنائية، وعلى ذلك وفي جميع الأحوال يجب أن يعرض رئيس مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك تقرير شهري على مجلس الإدارة يتضمن بيان بحالات التصالح ومبرراته.

الخاتمة

تناولنا بالشرح فى هذه الدراسة أحكام قانون حماية المستهلك المصرى رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦، وذلك فى إطار بحث تحليلى مقارن حيث وضحنا فى بداية هذه الدراسة مفهوم الاستهلاك والمستهلك فى اللغة والعلوم الاجتماعية، خاصة وأن هذان المصطلحان يمثلان محوران هامان من محاور أحكام قانون حماية المستهلك وذلك بهدف تحديد المقصود قانوناً بالمستهلك الذى يشكل بلا شك إشكالية قانونية وقضائية وفقهية متطورة فى حاجة للضبط حتى يمكن أن تحدد الأحكام الأفضل تحقيقاً لحماية المستهلك وكذلك يتحدد نطاق القانون.

وما تقدم بالطبع يضفى على قانون الاستهلاك طابع الحداثة والتطور السريع وعليه كان واجباً تحديد مفهوم حماية المستهلك ومقوماته وآليات هذه الحماية وتحديد خصائص ومجالات حماية المستهلك فى إطار نظرى حتى يتمكن الدارس والقائم على تطبيق القانون من استيعاب واقع قانون الاستهلاك حتى يحقق ما يسعى اليه فى بحثه أو عمله.

ولما كانت منظومة الاستهلاك تقوم فى جانب كبير منها على الدور الأساسى للمهنى فى معاملات الاستهلاك، فكان لازماً أن نحدد المقصود قانونا بالمعنى القانونى للمهنى "أو المورد أو المنتج ...الخ" وكان ذلك داعياً لبحث مدى إمكانية إكساب المهنى وصف المستهلك متى كان تعامله بغير غرض مهنى فى ظل جدلية وصف المهنى بالمستهلك لدى الفقه والقضاء.

وحددنا فى هذه الدراسة المقصود بقانون الاستهلاك – أو المقصود بقانون حماية المستهلك – حيث تحديد موضوع التنظيم القانونى لمنظومة الاستهلاك –، ومن ثم تحديد نطاق قانون الاستهلاك أو قانون حماية المستهلك.

وفى اطار ما تقدم استخلصنا العديد من الخصائص التى يتميز بها قانون حماية المستهلك عن غيره من القوانين .و من هذه الخصائص كون قواعده آمرة و انها قواعد حديثة النشأة وسريعة التطور.

وتناولنا كذلك بحث مسألة مصادر قانون الاستهلاك أو قانون حماية المستهلك وكانت مصادره مختلفة موزعة بين مصادر داخلية ومنها التشريع والقرارات الإدارية، ومصادر دولية منها الاتفاقيات الدولية المتعلقة بشئون الاستهلاك وحماية المستهلك. واستكمالا لدراسة منظومة الاستهلاك كان تحديد أشخاص هذه المنظومة واجب لتحديد محاور هذا القانون – اى قانون الاستهلاك - على وجه الدقة و فى ذلك ما يؤكد بأنه قانون له ذاتية مستقلة.

كما تناولنا بالشرح كذلك الحقوق الأساسية للمستهلك التى قررها المشرع تعبيراً عن الحد الأدنى من الحقوق اللازمة لحماية المستهلك والتى لا يجوز للمهنى أو لغيره أن يمس بها فى أى من أنشطته الاقتصادية أو بسببها أو بموجب أية علاقة أو معاملة من معاملات الاستهلاك عقدية كانت أو غير عقدية.

وتفصيلاً لأحكام وقواعد قانون الاستهلاك أو قانون حماية المستهلك قمنا بشرح احكام الالتزامات التى فرضها القانون على عاتق المهنى تجاه المستهلك.

ومن اهم هذه الالتزامات نجد التزام المهنى بإعلام المستهلك بالبيانات المتعلقة بالمنتج موضوع علاقة الاستهلاك، و ان يعلمه كذلك بشخصه أى يلتزم بأن يفصح عن هويته وذلك لما فيه من تحقيق للتوازن المعرفى و العقدى فى العلاقات العقدية بين المستهلك والمهنى.

كما ان فى الالتزام المذكور حماية للمستهلك من حيث تحقيق حقوقه فى المعرفة الاستهلاكية و فى الاختيار الحر بين المنتجات، ولذلك كان التزام

المهنى بإعلام المستهلك يتصف بطبيعة متغيرة، فقد يكون التزام قبل تعاقدى- و هذا هو الاصل -، وقد يكون التزاماً تعاقدياً، وهو فى الغالب ذو طبيعة قانونية أى مفروض بنص القانون لتحقيق الحماية المنشودة للمستهلك من وراء تقريره.

ومن الالتزامات التى فرضها المشرع أيضاً على عاتق المهنى حماية للمستهلك نجد النص على التزام المورد "كمهنى" بالامتناع عن السلوك الخادع الذى من شأنه أن يضلل أو يخدع المستهلك، وكذلك إلزام المعلن "كمهنى" بتجنب الإعلان الخادع الذى يجب عليهما تجنبه حفاظاً على حق المستهلك فى الاختيار الحر وحماية لحق المستهلك فى المعرفة الاستهلاكية وغيرها من الحقوق.

ومن الالتزامات المفروضة على المهنى تجاه المستهلك ايضا الالتزام بتقديم الفاتورة للمستهلك، والالتزام بالإبلاغ عن عيب المنتج وإخطاره، والالتزام بالضمان حيث ضمان عيب المنتج وعدم مطابقته للمواصفات وللغرض المتفق عليه – ضمان رد المنتج أو صيانته أو استبداله-. و قد اوضحنا تفصيلا الأحكام المنظمة لكل التزام من الالتزامات المذكورة.

وتناولت الدراسة أيضاً تفصيل الأحكام المنظمة للمركز القانونى لباقى أشخاص منظومة الاستهلاك، والتى منها جهاز حماية المستهلك حيث شرحنا الأحكام المنظمة له من حيث تحديد القواعد الحاكمة لمجلس إدارة هذا الجهاز واختصاصاته وموارده وشخصيته القانونية وأدواره فى الحماية المنشودة للمستهلك.

وكذلك شرحنا الأحكام المنظمة لجمعيات حماية المستهلك وبيان دورها فى تحقيق حماية فعالة للمستهلكين فكان بحث صفتها أو حقها فى التقاضى لمصلحة المستهلك، ودورها تجاه جهاز حماية المستهلك وفحص الشكاوى والتقدم بها لجهاز حماية المستهلك للتصرف فيها.

وعليه خلصنا فى هذه الدراسة إلى عدم كفاية الأحكام القانونية الواردة فى قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ لتحقيق الحماية المنشودة من هذا القانون، وذلك لأسباب عديدة، لعل من أهمها كثرة الأحكام التوجيهية والتى تفتقد إلى الجزاء اللازم او الملائم لتحقيق أهدافها.

فنجد مثلاً نص المادة رقم ٢ من قانون حماية المستهلك المصرى يعبر عن قاعدة توجيهية تناولت اقرار حقوق المستهلك الاساسية و التى تريدها أن تكون حداً أدنى من الحقوق الأساسية للمستهلك، وحظرت المساس بها. و لكن نظراً لافتقادها الجزاء الذى يمكن ان يقع على من يخالف حظر المساس بهذه الحقوق تصبح قاعدة فاقدة الغاية او غير فعالة.و لذلك نرى أنه يجب ان يتدخل المشرع صراحة ويقرر جزاء صريح ومناسب يترتب على مخالفة الحظر القائم فى المادة رقم ٢ من قانون حماية المستهلك و حتى يضمن أن تكون ما به من حقوق أساسية تعبر عن الحد الأدنى لحقوق المستهلك.

كما أن قانون حماية المستهلك المصرى فى حاجة إلى الكثير من الأحكام التفصيلية اللازمة فى شأن تفصيل أحكام والتزامات المهنى "المنتج، المورد، المعلن ... الخ. ولا سيما فى شأن الجزاء القانونى – المدنى – و الآثار المدنية المترتبة على مخالفة المهنى لالتزاماته فى علاقة الاستهلاك متى كانت علاقة عقدية، حيث مثلاً يفتقد نص التزام المهنى بالإفصاح عن هويته لجزاء مدنى فى حالة مخالفته هذا التزام.

وعلى ذلك فإن قانون حماية المستهلك تضحى نصوصه – فى كثيراً منها – غير كافية لتحقيق الحماية المنشودة للمستهلك، خاصة النصوص المتعلقة بإبرام عقود الاستهلاك، حيث عدم النص صراحة على جزاء مدنى يتناسب واهمية الالتزامات قبل العقدية ، رغم أن ما يحدث من مخالفات

وتجاوزات من المهنى بشأنها تؤثر بلا شك فى صحة قيام عقود الاستهلاك ، لأنها غالباً ما تؤثر بالسلب على إرادة المستهلك .

وهذا يؤدى إلى الكثير من الخلاف والنزاع فى علاقات الاستهلاك بين المهنى والمستهلك ولهذا فلا يتحقق التوازن المنشود بينهما، بل يحقق مصالح المهنى خاصة عندما يكون المهنى قوى إقتصادياً، ويتعلق ما يتعامل فيه من منتجات بسلعة أو خدمة ضرورية للمستهلك.

ومع ذلك فلا تكفى قواعد عقد الإذعان فى القواعد العامة بالقانون المدنى لتحقيق الحماية المنشودة للمستهلك فى العصر الحالى، وذلك كان سبباً فى رأينا لفرض الكثير من الدول التزاماً قانونياً على عاتق المهنى بإعلان المستهلك – خاصة الالتزام بالإعلام قبل التعاقدى ، وفى مصر فرض المشرع هذا الالتزام ولكنه لم يفرض له جزاء مدنى خاص به و لذلك نراه جزاء البطلان النسبى ، أى قابلية العقد للإبطال لمصلحة المستهلك وذلك اعتماداً على نص المادة رقم ١٠ من قانون حماية المستهلك وكذلك نص المادة رقم ٢٤ من ذات القانون حيث الحماية الجنائية والمدنية للمستهلك بشأن الإخلال بالتزامات المهنى ومخالفة أحكام قانون الاستهلاك.

وعليه يمكن القول بأن هناك قصور فى التنظيم القانونى للالتزامات المفروضة على عاتق المهنى، خاصة تلك الذى فرضها عليه القانون ومع ذلك لم يضع لها المشرع أحكاما تفصيلية فى الكثير من آثارها، فمنها مثلاً التزام المهنى بضمان المنتجات ولا سيمان ضمان الخدمات، حيث وضع نص المادة رقم ٩ مقرراً فيها التزام المهنى "مقدم الخدمة" بضمان الخدمة ولكن بصورة غامضة ودون أن يوضح جزاء مدنى خاص يترتب على مخالفة مقدمى الخدمة لكل ما فى هذه المادة من احكام ، وكذلك دون أن يوضح مفهوم النقص وماهية الخدمة محل الضمان بما يجعل الأمر صعب فى تفسيره أو تأويله خاصة وأن

المختص بالنظر فى المنازعات التى تثور بسبب تطبيق قانون حماية المستهلك هى لجان ينشأها جهاز حماية المستهلك.

ومن الأمثلة على هذا القصور أيضاً نذكر تنظيم مسألة السلوك الخادع أو الإعلان الخادع الصادر عن المهنى "المورد، والمعلن"، حيث لم يبين المشرع على الأقل محددات هذا السلوك الخادع أو الإعلان الخادع، ولذلك يكون على المشرع أن يضع تنظيم خاص وجديد على الأقل للإعلان التجارى – وخاصة متى يكون الاعلان خادع – بما يتماشى ويتواكب مع التطور الحادث فى مجال الإعلان التجارى.

ويلاحظ القصور فى تنظيم السلوك و الاعلان الخادع ايضا من حيث عدم تحديد المقصود به وبالإعلان الخادع، بالرغم من أن المشرع قد قرر حظر السلوك الخادع والإعلان الخادع إلا أنه لم يتناولهما بالتنظيم.

وعلى ذلك فإن قانون حماية المستهلك يحيل كثيراً بصورة ضمنية إلى قواعد قانونية مختلفة ومتعددة فى قوانين أخرى لتنظيم العديد من علاقات الاستهلاك . كما هو فى شأن الإعلان الخادع حيث يخضع فى شأن تنظيم مسألة الإعلان عامة لأحكام القانون رقم ٦٦٥ لسنة ١٩٥٦ المنظم للإعلان التجارى، وهذا القانون هو أيضاً قانون قديم غير مواكب للتطور الحادث فى مجال الإعلانات وحماية المستهلك فقواعده و وقواعد قانون حماية المستهلك غير كافية لتنظيم مسألة الإعلان الخادع.

والمشرع المصرى فى قانون حماية المستهلك أيضاً لم يبرز دور وأهمية المواصفات القياسية المصرية فى نصوصه – خاصة وأن السوق المصرى حالياً يشهد منتجات غير مطابقة لأدنى المواصفات – لذلك فعلى المشرع أن يهتم فى نصوص قانون حماية المستهلك بتوضيح مفهوم

المواصفات القياسية والإشارة إليها بما يكفي لأهميتها ويلزم المهني بالعمل على احترامها دوماً وإلا عد مسئولاً تجاه المستهلك كما قد يكون مسئولاً تجاه الدولة.

ومن الجدير بالذكر أن قانون حماية المستهلك قد قرر للمستهلك الحق في رد السلعة المعيبة واسترداد ثمنها أو استبدالها أو إصلاحها على نفقة المهني، وهذا الحق لا يعبر عن ما يسمى بالحق في الرجوع المعروف في القانون الفرنسي، لأن ما قرره المشرع يعد أيضاً تنفيذاً للعقد خاصة في حالة الصيانة والاستبدال أو الإصلاح، ويشكل استعمال للحق في الفسخ في حالة رد المنتج واستلام ثمنه، بينما الحق في الرجوع هو حق يعبر عن أن العقد بذلك لا يقوم، وهذا يعني أن ذلك الحق لا يترتب عن العقد وإنما يرتبه القانون مباشرة للمستهلك بصرف النظر عن العقد فالعقد لا يقوم له قائمة لو استعمل المستهلك الحق في الرجوع وهذا يعد محققاً لحماية أفضل أتمنى أن يأخذ بها المشرع المصري خاصة في المنتجات ذات القيمة العالية.

ونؤيد أيضا التوصية التي تتمثل في ضرورة قيام المشرع بتحديد دقيق وحاسم للوقت الذي يجب أن يقوم فيه المهني بتنفيذ الالتزام بالإعلام بالبيانات[1]. لا سيما في حالة الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي، حيث هناك من عقود الاستهلاك ما يكون المستهلك فيها بحاجة إلى وقت كافي للتفكير بشأن الدخول في إبرامها من عدمه، ولهذا نرى وجوب النص صراحة على حق المستهلك في مهلة للتفكير وعليه لا يجوز النزول عنها قبل البداية فيها بما يحقق حماية فعالة وناجحة للمستهلك كما هو الحال في فرنسا.

ونرى أيضاً أنه يجب ان ينص المشرع على التزام المهني – كالتزام قبل تعاقدي – بالتحذير، حيث يلتزم المهني بتحذير المستهلك من المنتج قبل التعاقد معه، وذلك متى كان المنتج بطبيعته فيه ما قد يضر بصحة وسلامة

(١) صاحب هذه التوصية د. مصطفى أحمد أبو عمرو، المرجع السابق، ١٧٣ وما بعدها.

المستهلك، أو كان فيه نتيجة أمور أخرى كالاستعمال أو التخزين أو النقل ما قد يضر بصحة أو سلامة المستهلك، وذلك تحقيقاً لحماية أفضل للمستهلك خاصة وأن الأيام القادمة سوف تشهد تعقيداً أكبر وأكثر خطورة فى المنتجات موضوع الاستهلاك سواء كانت خدمات كما هو فى استفادة الشخص من أجهزة التسالى والملاهى ذات الخطورة العالية "الألعاب الهوائية والمعلقة" ، أو كانت سلعة كما هو فى أجهزة الحاسب الآلى أو التليفون المحمول أو الألعاب النارية، حيث خطورة الإشعاع المنبعث منهم على صحة وسلامة الأشخاص "المستهلكين".

كما ندعو المشرع المصرى إلى أن يعدل قانون حماية المستهلك بحيث يضع أحكاماً خاصة تعالج إشكالية الائتمان الاستهلاكى "حماية المستهلك الائتمانى" بكافة صوره المختلفة والتى منها البيع بالتقسيط ، وذلك حيث حاجة المستهلك الائتمانى إلى الحماية بصورة أكثر من حاجة المستهلك العادى للحماية القانونية.

كما نتمنى أخيراً أن يقرر المشرع لكل إلتزام من الالتزامات الملقاة على عاتق المهنى "المورد، المعلن ... إلخ" تنظيم أكثر تفصيلاً عما هو قائم؛ وأن يتناول فيه الجزاءات المترتبة على مخالفتها من جزاء مدنى وجزاء جنائى إن وجد.

تم بحمد الله

قائمة المراجع

أولاً- المراجع العربية :

د.أبو العلا على أبو العلا النمر، نحو تعزيز حماية المستهلك فى مواجهة انهيار الحدود الجغرافية للإعلام، بحث مقدم لمؤتمر الإعلام والقانون، المؤتمر العلمى الثانى بكلية الحقوق، جامعة حلوان، ١٤ – ١٥ مارس ١٩٩٩.

د. أبو بكر بعيرة، حماية المستهلك وحاجة الدول النامية إليها، المجلة العربية للعلوم الإدارية، عمان، تشرين الأول.

د.احمد السعيد الزقرد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، دار الجامعة الجديدة .الاسكندرية ،2007 .

د. أحمد السعيد الزقرد، حق المشترى فى إعادة النظر فى عقود البيع بواسطة التلفزيون، مجلة الحقوق، الكويت، السنة التاسعة عشرة، العدد الثالث، ربيع ثانى، ١٤٢٦هـ، ١٩٩٥م.

أحمد جامع، النظرية الاقتصادية، الجزء الأول، التحليل الاقتصادى الجزئى، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٨٦.

د.أحمد عبد العال أبو قرين، نحو قانون لحماية المستهلك، "ماهيته، مصادره، موضوعه"، إصدارات مركز البحوث بكلية العلوم الإدارية، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، ١٤١٤ هـ، ١٩٩٣م.

د.أحمد محمد محرز، الحق فى المنافسة المشروعة فى مجالات النشاط الاقتصادى، الصناعة، التجارة، الخدمات، بدون ناشر وبدون تاريخ نشر.

د.أحمد محمد محمد الرفاعى، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدى، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٤.

د.أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك فى القانون المصرى والفرنسى والشريعة الإسلامية، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، ٢٠٠٥.

د.أسامة أبو الحسن مجاهد، الوسيط فى قانون المعاملات الالكترونية، الكتاب الأول، المدخل لقانون المعاملات الالكترونية، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٧.

د. أشرف جابر، الاستبعاد الاتفاقي من الضمان فى عقد التأمين، دراسة مقارنة، بين القانون المصرى والفرنسى، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٦.

د.أنور أحمد رسلان، مفهوم حماية المستهلك، تقرير مقدم إلى ندوة حماية المستهلك فى العالم العربى، جامعة الدول العربية، القاهرة، ١٩٩٨.

د.ثروت عبد الحميد، الأضرار الصحية الناشئة عن الغذاء الفاسد أو الملوث، ووسائل الحماية منها، ومشكلات التعويض عنها، دار أم القرى للطباعة والنشر، المنصورة، ١٩٩٥.

د.جمال فاخر النكاس، حماية المستهلك، وأثره على النظرية العامة للعقد فى القانون الكويتى، مجلة الحقوق الكويتية، السنة الثالثة عشرة، العدد الثانى ٢ يونيو ١٩٨٩.

مستشار .جندى عبد الملك، الموسوعة الجنائية، مطبعة الاعتماد، الطبعة الأولى.

د.حسن حسين البراوى، التزامن المؤمن بالأمانة فى مرحلة إبرام العقد، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٥ – ٢٠٠٦.

د.حسن عبد الباسط جميعى، إعلام المستهلك، وتوجيه إرادة المستهلك نحو الاختيار الواعى، أبحاث مراكز الدراسات القانونية والفنية لنظم الاستهلاك وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة القاهرة.

د.حسن عبد الباسط جميعى، حماية المستهلك فى مصر بالمقارنة بأوضاع الحماية فى دول السوق الأوربية والشرق الأوسط" طبعة جامعة القاهرة، بدون سنة نشر.

د.حسن عبد الباسط جميعى، حماية المستهلك، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٦.

د.حسن عبد الباسط جميعى، قياس جودة ومستوى الأمان فى إطار التوازن بين مصالح المنتجين والمستهلكين، أبحاث مركز الدراسات القانونية والفنية لنظم الاستهلاك وحماية المستهلك.

د.حسنى أحمد الجندى، شرح قانون قمع التدليس والغش، الطبعة الثانية، عام ١٩٩٦.

حمد الله محمد حمد الله، حماية المستهلك فى مواجهة الشروط التعسفية فى عقود الاستهلاك، دراسة مقارنة، دار الفكر العربى، القاهرة، ١٩٩٧.

د.حمد الله محمد حمد الله، مختارات من قانون الاستهلاك، ترجمة من كتاب "Droit de la Consommation" للبروفسيور جان كاليه ألوا، طبعة ١٩٩٢، منشور بمجلة الدراسات القانونية، كلية الحقوق، جامعة أسيوط، العدد ١٨، عام ١٩٩٦.

د.خالد جمال أحمد حسن، الالتزام بالإعلام قبل التعاقدى. دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة أسيوط، ١٩٩٦.

د.خالد عبد المنعم إبراهيم مصطفى، حماية المستهلك فى التعاقد الالكترونى، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، ٢٠١١.

د.خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك فى العقد الالكترونى، دار الفكر الجامعى، الإسكندرية، ٢٠٠٨.

د.زيد عبد الله المطيرى ، الحماية المدنية للمستهلك فى القانونين المصرى والكويتى، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، ٢٠٠٧.

د.سامح عبد الواحد التهامى، التعاقد عبد الإنترنت، دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية، المحلة الكبرى، ٢٠٠٨.

د.سليمان مرقص، شرح القانون المدنى، القاهرة، ١٩٨٠ .

د. سميحة القليوبى، شرح قانون التجارة المصرى رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩، العقود التجارية وعمليات البنوك، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الثالثة، ٢٠٠٠.

د.سميحة القليوبى، غش الأغذية وحماية المستهلك، أعمال مؤتمر حماية المستهلك فى القانون والشريعة الإسلامية، المنعقد بمدينة بورسعيد فى الفترة من ٢٩ إبريل إلى ٣ مايو، المدة من١٥ إلى ١٨ يوليو، عام ١٩٩٥. كلية الحقوق، جامعة عين شمس.

د. سمير محمد حسين، مداخل الإعلان، عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الأولى، ١٩٧٣.

د.سيد محمد سيد شعراوى، الحماية المدنية للمستهلك فى عقود البيع الالكترونية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، ٢٠١٠.

د.السيد محمد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، دراسة مقارنة، منشأة المعارف، الإسكندرية، ١٩٨٦.

د.الشامى إسماعيل، الإعلانات التجارية الخادعة، ومدى الحماية التى يكفلها المشرع الجنائى للمستهلك، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الاولى. ١٩٩٩.

د.الصغير محمد مهدى، النظام القانونى للتمويل العقارى، دراسة مقارنة فى القانون المدنى، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، ٢٠١٢.

د.شريف لطفى، حماية المستهلكين فى اقتصاد السوق، "محاضرة" بمجلة مصر المعاصرة، السنة الثانية والثمانون، العدد ٤٢٥، يوليو ١٩٩٠ .

د.طرح البحور على حسن، عقود المستهلكين الدولية ما بين قضاء التحكيم والقضاء الوطنى، دار الفكر الجامعى، الإسكندرية، ٢٠٠٧.

د.عبد الحميد ثروت، حماية المستهلك فى عقد التأمين، دراسة مقارنة، دار أم القرى للطباعة والنشر، المنصورة، ٢٠٠٥.

د.عبد الرزاق السنهورى، الوجيز فى شرح القانون المدنى، تنقيح المستشار مصطفى الفقى، طبعة نادى القضاة، ط ٥،عام ١٩٩٧.

د.عبد العزيز المرسى حمود،الالتزام قبل التعاقدى بالإعلام فى عقد البيع، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٥.

د.عبد المنعم البدراوى، النظرية العامة للالتزامات فى القانون المدنى المصرى، الجزء الأول، مصادر الالتزام، ١٩٧١.

د.عماد الشربينى، القانون التجارى الجديد رقم ١٧ لسنة ١٩٩٧، الكتاب الأول، الالتزامات والعقود التجارية، أبو المجد للطباعة بالهرم، ١٩٩٩/ ٢٠٠٠ .

د.عمر محمد عبد الباقى، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، الإسكندرية، ٢٠٠٤ .

مستشار .فاروق العربى، دور التشريعات فى إقامة التوازن بين المستهلك والتاجر، بحث مقدم لندوة حماية المستهلك فى الشريعة والقانون، بجامعة الإمارات، الفترة من ٦ – ٧.ديسمبر ١٩٩٨.

د.كمال محمد أبو سريع، القانون التجارى، فى العقود التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٨٠.

د.كيلانى عبد الراضى، النظام القانونى لبطاقات الوفاء والضمان، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، ١٩٩٦.

د.محمد السيد الفقى، القانون التجارى، الأعمال التجارية والتجار والأموال التجارية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٨.

د.محمد المرسى زهرة، الحماية المدنية للتجارة الالكترونية، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٨.

د.محمد حسن قاسم، التعاقد عن بعد، قرارات تحليلية فى التجربة الفرنسية مع إشارة لقواعد القانون الأوربى، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٥.

د.محمد حسين منصور، المسئولية الالكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٣.

د.محمد حسين منصور، النظرية العامة للالتزام،مصادر الالتزام، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٥.

د.محمد حسين منصور، الوجيز فى البيع، الأحكام التقليدية والالكترونية الدولية وحماية المستهلك، بدون ناشر، الإسكندرية، ٢٠٠٨/ ٢٠٠٩.

د.محمد حسين منصور، نظرية الحق، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٩.

د.محمد فريد العرينى، القانون التجارى، الجزء الأول، نظرية الأعمال التجارية والمهن التجارية، ١٩٩٥.

د.محمد فهمى عمر الحجار، حماية المستهلك، رسالة ماجستير، الجامعة الأردنية، كلية الاقتصاد، ١٩٨٥/ ١٩٨٦.

د.محمد يونس عبد السميع الفحلاوى، البعد اللغوى فى منظومة حماية المستهلك، تقرير مقدم إلى ندوة حماية المستهلك فى العالم العربى، الجوانب القانونية للحماية، القاهرة، ٦ – ١٩٩٧/٤/٨.

د.محمود الزينى، جرائم التسعير الجبرى، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٤.

د.محمود جمال الدين ذكى، الوجيز فى نظرية الالتزام فى القانون المدنى المصرى، الجزء الأول مصادر الالتزام، الطبعة الأولى .

د.محمود عبد الرحيم الديب، الحماية المدنية للمستهلك، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، ٢٠١١.

د.مصطفى أحمد أبو عمرو، الالتزام بالإعلام فى عقود الاستهلاك، دراسة فى القانون الفرنسى والتشريعات العربية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠١٠.

د.مصطفى رشدى شيحة، اقتصاديات النقود والمصارف، والمال، الطبعة السادسة، منقحة ومزيدة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ١٩٩٦.

معجم المصباح المنير، تأليف العالم العلامة أحمد محمد بن الفيومى، مكتبة لبنان، ناشرون، بيروت، لبنان، عام ٢٠٠١.

المعجم الوجيز، طبعة خاصة بوزارة التربية والتعليم، عام ١٩٩١.

معوض عبد التواب، الوسيط فى شرح جرائم الغش والتدليس وتقليد العلامات التجارية، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، ١٩٨٥.

د.ممدوح محمد خيرى هاشم السلمى، الحماية المدنية من الإعلانات التجارية الخادعة، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٨.

د.ممدوح محمد على مبروك، ضمان مطابقة المبيع فى نطاق حماية المستهلك، دراسة تحليلية فى القانون المدنى وقانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ ولائحته التنفيذية، وبعض القوانين الأجنبية، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٨.

د.ميرفت ربيع عبد العال، الالتزام بالتحذير فى مجال عقد البيع، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٤.

د. نبيل إبراهيم سعد، النظرية العامة للالتزام، مصادر الالتزام، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٤.

د.نبيل محمد أحمد صبح، حماية المستهلك فى التعاملات الالكترونية، دراسة مقارنة، مجلة الحقوق، مجلس النشر العلمى، جامعة الكويت، العدد ٢، السنة ٣٢، يونيو، ٢٠٠٨.

د.نزيه محمد الصادق المهدى، الالتزام قبل التعاقدى بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، دراسة فقهية قضائية مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٨٢.

د.نصيف محمد حسين، النظرية العامة فى الحماية الجنائية للمستهلك، النسر الذهبى للطباعة، القاهرة، ١٩٩٨.

د.هادى مسلم يونس البشكانى، التنظيم القانونى للتجارة الالكترونية، دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية، المحلة الكبرى، ٢٠٠٨.

د.هدى حامد قشقوش، الاتجاهات الحديثة فى قانون قمع الغش والتدليس الجديد رقم ٢٨١ لسنة ١٩٩٤، مؤتمر حماية المستهلك فى القانون والشريعة الإسلامية فى مدينة بورسعيد، من ٢٩ أبريل إلى ٣ مايو، ومن ١٥ إلى ١٨ يوليو، ١٩٩٥، كلية الحقوق، جامعة عين شمس.

د.هدى حامد قشقوش، الإعلانات غير المشروعة فى نطاق القانون الجنائى، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٨.

د.وفاء حلمى أبو جميل، الالتزام بالتعاون، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٢.

ثانياً المراجع الاجنبية:

A.S. CYTERMANN, "La Commissiondes clauses abusives et Le droit Commun des obligation, R. T. D. eiv. 1985. J. C. P. 1985. 20484. Nole.

Alisse, L'abligation de renseignements dans Les Contrats, Thése, Paris II, 1975.

BOURGOIGNIE (Thierry), Les Clauses Limitatives ou exonératdires de La responsabilité du professionnel à L'egard du Consommateur: clauses en sursis? Les clauses Limitatives ou expnératiores de responsabilité en Europe. Actes du Collaque des 13 et 14 déc. 1990. L. G. D. J. 199٩.

BOYER, L'obligation de renseignement dans La formation du Contrat", Thése, Aix – Marseille, 1978, Presse. Universitaire.

Cas. et. Ferrier, Traité de droit de la Consommation, p. u. f. 1986.

De Jualart, L'obligation de renseignement dans Les Contrats, R. T. D. C. 1945. I.

De k Juglart, L'obligation de renseignements dans Les Contrats, R. T. D. Civ. 1954, I.

Didier Ferrie, "La protection des Consommateurs, Dalloz, 1996.

DOMONT–NAERT, (Francoise), Les relations enter professionnels et Consommateurs en droit blege, rapport belge, La protection de La partie faible dans Le rapports Contractuels, Comparaisons Franco–belges, L.G.D.J. 1996.

E. Wery et T. verbiest, "Le cadre juridique du Commerce éléctronique après L'odonnance du 23 août 2001. et Le projet de La Loi sur La Siciété d'information, www.Droit– Technologie. org.

Encyclopedie de droit Commercial, Consmmation 1995, T. 2.

F. Maury, "Réflictions sur La distinction entr obligations des Moyens et obligations des Moyens et obligation de résultat, Revue. Rech. Jruid, 1998.

Frossard, "La distinction des obligation de Moyens et des obligation de resultat, L. G. D. J. 1965.

G. APISANT, "Le pont sus Les clauses abusires des Contrats, Art, Actes du Colloque du 24. Fev. 1994.

G. Dury, Nature de La responsabilité de La violation de L'obligation de conseil, R. T. D. civ. 1981.

G. Hass. Et. O. D. Tissot. Comment gérce Les risques Liés à La Conclusion d'un Contrat de Commerce éléctronique: www.Jurisclic. Com. 10/4/2004, article Consulté Le 30/12/2008.

G. VINEY et P. Jourdain, Traite de droit civil, Les effets des responsabilité, 2é éd, L. G. D. J, Dalloz, 2001.

GREFFE (p.) et GREFFE (F.), La publicité et La loi en droit Français, Union Européene et Suisse, Litec. 8é éd. 1995.

Gross, La Notion d'obligation de garantie dans Le droits, des contrats, Thése, Paris, L. G. D. J, 1963.

J. Calais – Auloy, , Droit de la Consommation, 3é éd, 1996.

J. Calais – Auloy „ Les actions en Justice des associations des consommateurs Commentairs de La Loi du 5 Janv. 1988. D. S. 198٩.

J. Calais – Auloy, "L'inFluence du droit de La Consommation sur Le droit Civile des contrats. R. T. D. Civ. 93, année, ed. S. avril – Juin, 1984.

J. Calais – Auloy ,"Propostion Pour de un Nouveaw droit de La consummation, 1985.

J. Calais – Auloy, Droit de La Consommation" 3éd, paris, 1992.

J. Calais – Auloy, et f. steinmetz, Droit de La consummation, Dalloz, 4é éd, 1996. , et, ٧é éd,٢٠٠٦ .

J. Flour, J. L. Aubert et E. Savaux, "Droit civil, Les obligations, I, L'acte Juridique, 9é eme, éd. A. Colin, 2000.

J. Huet, Le Code Civil et Les Contrats éléctroniques, Contribution à L'ouvraye pour Le Bicentaire du Code civil, Université de Paris, II, Dalloz, 2. 2004: www.actoba.com.; Dossier, "Loi pour La confionce dans L'economie unmerique: www.Foruminten ternet.org.

J. L. AUBERT, Protection des Consommateur, D. S. 1987.

J. MESTRE, "obligations et Contrats speciaux" R. T. D. civ. 1990.

J. P. GRIDEL, Remarque de principe sur L'article 35 de La loi No 78 – 23 du 10 Janv. 1978. relative à La prohibition des clauses abusive R. D. S. 1984.

J. P. Pizzio, "L'introduction de La Notion de Consommateur en droit Français, D. S. 1982.

J. P. Pizzio, Code de La Consommation 2éd, 1996.

LEROY (M). ET mouffe (B). Le droit de La Publicité, Bruxelles, Brulants, 1996.

Lucas de Leyssac, L'obligation de renseignements dans Les Contrats, in L'information de Droit Privé", L. G. D. J. 1978.

M. ALTER, "L'obligation de Le Léliverance dans La vente de meubles", L. G. D. J. Tome 12, Paris.

M. Denolin, La Nation du support durable dans Les Contrats à distance: une contrefaction de L'ecrit? Revue Guroppéenne de droit de Comsumation 4l 2000.

M. Denolin, La Nation du support durable dans Les Contrats à distance: une contrefaction de L'ecrit? Revue Europpénne de droit de Consummation 4/2000.

M. F. MIALON, "Contribution à L'étude Juridiqus d'un Contrat de Conseil", R. T. D. C. 1973.

MARKOV: Is (YVAN), La directive C. E. E du 25 Juillet 1985 sur La .Responsabilité du Fait des Produits de Fectueux. L. G. D. J, 1990

MARTIN, "Le devoir de Conseil de L'architecte en matiere Juriduque", J. C. P. 1972. 1. 2493.

MAZEAUD. HENRI, "LEON ET JEAN, "Lesçons de Droit civil, Tome 3è, Editions, Montchrstien, Paris, 1976.

MESTER (J.), D'une eigence de bonnefoi à un esprit de collaboration, R. T. D. civi. 1988.

Monique Luby, "La Notion de Consommateur en droit Communautaire; une Commone inconstance, Cent. Conc. Janv. 2000.

Neisse et chirouze, Le Consommerism, Sirey, 1984.

Nguyen - Thanh, "Contribution a'L'étude des Techniques Juridiques de protection des Consommateur, Thése, caen. 1970.

NORNNAND (J.) Les action en Justice des associations de Consommateur, Actes du Colloque du 24 Fev. 1994. At. 143.

O. CARMET, "Reffexions sur les clauses abusives au sens de La No 78 23 du 10 Jonv. 1978, R. T. D. C. E. 1982.i. 1. 5.

P. Fil, L'obligation d'information et de Conseil emmatiére d'assurance. P. u. Aix – Mariselle, 1996.

PAISANT (G.), De L'efficacite de La Lutte Contre Les Clauses abusives, D. S. ١٩٨٨.

PAISAT "G." Les Nouveaux aspects de la Lutte Contreles Clauses abusives. D. S. 1988.

Philippe Malinvaud, La protection de Consommateurs, Dalloz. 7é,1981.

PICOD(Y). L'obligation de Cooperation dans L'exécution du Contrat, J. C. P. Ed. G. II. 3318.

PIZZIO (J. P), LAMBET (J), De La Villeoń (B,). Droit de Marche, Commerce des proudits et de servais, france et C. G. E. 1993.

PIZZIO, R. MARIIN, "Le Consommateur abusive, D. S. 1987.

Plancquee L, obligations de moyens, obligations de résultat, R. T. D. Civ. 1972.

RAoul Combalolieu, "La Fratu de en matiére alimentaire en France", Rev. inte dr comp. 1974.

Raymond, Les Contrats des Consommation, Actes des Colloque de 24 – 2, 1994.

Report of the defintions Commihc The Joucnal of marketing, October, 1948.

SAVATIER, "Les Contrats des Conseils Professionles en Droit Privé", Dalloz. 1972.

SINAY CYTERMANN (ANNE), Les Relations enter professionnels et Consommateurs en droit Francais, La protection de la Partie faible dons Les rapports Contractuels, Comparaisons Franco – belgs, L. G. D. J. 1996.

WERY "Etiennet" et VERBIST "Thibaulit, Le Cadre juridique du Commerce électronique a prés L'ordonnance du 23 août 2001. et Le projet de Loi sur La société de L'information, Lamy. Droit de L'informatique et des réseaux. 2001. N° 140. October, 2001.

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
مقدمة	٥
الفصل الأول	٩
التعريف بالمستهلك وحمايته	٩
تقسيم	٩
المبحث الأول: مفهوم المستهلك	٩
تقسيم	٩
المطلب الأول :المفهوم العام للمستهلك	١٠
أولاً:الاستهلاك والمستهلك	١٠
١- معنى الاستهلاك في الاقتصاد	١٠
٢- الأموال والخدمات	١١
ثانياً: معنى المستهلك في الاقتصاد	١٣
المطلب الثاني :المفهوم القانوني للمستهلك	١٤
أولاً: التحديد القانوني للاستهلاك والمستهلك.....................	١٤
١- معنى الاستهلاك في القانون	١٤
أ- التحديد القانوني لمعنى المستهلك	١٤
ب- التحديد الفقهي والقضائي لمفهوم المستهلك.........	١٦
المطلب الثالث :مقومات التعريف القانوني للمستهلك..............	٢١
تمهيد	٢١
أولاً: شخصية المستهلك	٢١
١- المستهلك قد يكون شخص طبيعي أو اعتباري	٢١
٢ - المستهلك ليس متخصصاً في مجال المعاملة	٢٣
ثانياً: موضوع الاستهلاك وأداته القانونية	٢٤
ثالثاً: الغاية من الاستهلاك	٢٦

الموضوع	الصفحة
المبحث الثانى :ماهية الحماية وجدلية وصف المهنى بالمستهلك...	٢٧
تقسيم	٢٧
المطلب الأول:التعريف بفكرة حماية المستهلك	٢٧
الفرع الأول :مفهوم حماية المستهلك	٢٨
أولاً: المقصود بحماية المستهلك	٢٨
ثانياً: مجالات وخصائص حماية المستهلك............	٢٩
١- مجالات حماية المستهلك	٣٠
أ- حماية صحة المستهلك...........................	٣٠
ب- حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك	٣١
ج- حماية الإرادة التعاقدية للمستهلك	٣٢
د- حماية الكيان المعنوى للمستهلك	٣٣
٢ - خصائص حماية المستهلك	٣٦
أ- الخصيصة الأولى: عمومية الحماية	٣٦
ب- الخصيصة الثانية: شمولية الحماية	٣٧
ج- الخصيصة الثالثة:- ديمومة الحماية................	٣٧
د - الخصيصة الرابعة: العدالة والملاءمة	٣٨
٣- آليات حماية المستهلك	٣٨
أ- الآليات العلمية لحماية المستهلك	٣٨
ب- الآليات الاجتماعية لحماية المستهلك	٤٠
ج- الآليات القانونية لحماية المستهلك	٤٢
١- الحماية التشريعية	٤٢
٢ - الحماية التطبيقية	٤٤
أ- المظهر الأول: الحماية التنفيذية أو الإدارية	٤٤
ب- المظهر الثانى: الحماية القضائية	٤٥

الموضوع	الصفحة
المطلب الثاني : المهني وجدلية وصفه بالمستهلك	٤٦
تمهيد..	٤٦
الفرع الأول: مفهوم المهني	٤٧
تمهيد	٤٧
أولاً- تعريف المهني في التشريع	٤٨
ثانياً- تعريف المهني في الفقه والقضاء	٤٩
ثالثاً- التعريف المقترح للمهني	٥٣
الفرع الثاني : جدلية وصف المهني بالمستهلك	٥٥
تمهيد	٥٥
أولاً- المدخر	٥٥
ثانياً- الشخص المعنوي	٥٧
ثالثاً- المهني الذي يتعاقد خارج نطاق تخصصه	٥٨
المبحث الثالث :التعريف بقانون الاستهلاك	٦٦
المطلب الأول :معنى وسمات قانون الاستهلاك	٦٦
أولاً: المقصود بقانون الاستهلاك	٦٦
أ- موضوعات قانون الاستهلاك	٦٧
١- عقود الاستهلاك	٦٨
٢- التعريف المقترح لقانون الاستهلاك	٧٢
ثانياً: خصائص قانون الاستهلاك	٧٢
١- قواعد خاصة ذات صفة آمرة	٧٣
٢- قواعد مختلطة	٧٤
٣- قواعد حديثة النشأة وسريعة التطور................	٧٥
٤ – قواعد خالقة لكيانات اجتماعية وإدارية	٧٧

الموضوع	الصفحة
المطلب الثاني : مصادر قانون الاستهلاك	٧٨
تمهيد	٧٨
أولاً: التشريع	٧٨
ثانياً: المصادر الأخرى	٨٢
المطلب الثالث : أشخاص ومصطلحات قانون الاستهلاك........	٨٢
تمهيد	٨٢
أولاً: الأشخاص	٨٣
١- المستهلك: "إحالة"	٨٤
٢- المورد "شخص مهنى": "إحالة"	٨٤
٣- المعلن	٨٥
٤- الجهاز	٨٦
٥- الجمعيات	٨٦
٦- لجان الفصل	٨٦
ثانياً: مصطلحات منظومة الاستهلاك	٨٧
١- المنتجات "السلع والخدمات"..	٨٧
٢- الفاتورة	٨٨
٣- العيب	٨٩
الفصل الثاني **أحكام حماية المستهلك**	٩١
تمهيد وتقسيم	٩١
المبحث الأول :حقوق المستهلك	٩١
المطلب الأول :الإقرار التشريعي لحقوق المستهلك...............	٩١
تمهيد و تقسيم	٩١
أولاً- تحديد المقصود بحقوق المستهلك	٩٣
١- الحق في الأمان	٩٣

الموضوع	الصفحة
٢- الحق فى المعرفة بالمنتج محل الاستهلاك............	٩٣
٣- الحق فى التعبير الاستهلاكى	٩٤
٤- الحق فى الاختيار الحر بين المنتجات	٩٥
٥ - و٦ - حقى التقاضى والتعويض او الحق فى الإقتضاء الميسر للتعويض: " أو حق التعويض العادل وحق التقاضى للمطالبة بالتعويض عن الأضرار بحقوق المستهلك "........................	٩٥
٧- الحق فى الذاتية	٩٦
٨- الحق فى المعرفة الاستهلاكية	٩٧
ثانياً: تقييم النص التشريعى المقرر لحقوق المستهلك	٩٨
المطلب الثانى: تنظيم ممارسة حقوق المستهلك	١٠٠
تمهيد..	١٠٠
أولاً: تعدد وتنوع القوانين- المتفرقة- المنظمة للاستهلاك....	١٠١
ثانياً: تنظيم حقوق المستهلك وممارستها فى اطار من التوازن	١٠٥
المبحث الثانى: التزامات المهنى	١١٠
تمهيد وتقسيم	١١٠
المطلب الأول: التزام المهنى بإعلام المستهلك	١١١
تمهيد	١١١
الفرع الاول :التعريف العام بالالتزام بالإعلام	١١٣
أولاً- المقصود بالالتزام بالإعلام	١١٣
ثانياً- تمييز الالتزام بالإعلام عن غيره من الالتزامات المشابهة	١١٦
١- الالتزام بالإعلام والالتزام التعاقدى بتقديم الاستشارات الفنية	١١٧
٢- التزام المهنى بالإعلام قبل التعاقدى لجمهور المستهلكين والالتزام التعاقدى بالإعلام	١١٨

الموضوع	الصفحة
٣- الالتزام بالإعلام والالتزام بالتعاون	١١٩
٤- الالتزام بالإعلام والالتزام بالتحذير	١٢٠
الفرع الثاني: أحكام الالتزام بالإعلام	١٢٣
تمهيد	١٢٣
الفصن الأول: حكمة الالتزام بالإعلام وشروطه	١٢٤
أولاً- الحكمة من فرض الالتزام بالإعلام	١٢٤
ثانياً- شروط قيام الالتزام بالإعلام	١٢٦
الشرط الأول: علم المهنى أو إمكانية علمه بالبيانات والمعلومات محل الإعلام	١٢٦
الشرط الثاني: أن تكون البيانات والمعلومات من شأنها التـــأثير على إرادة المستهلك	١٢٧
الشرط الثالث: جهل المستهلك بالمعلومات محل الالتزام بالإعلام	١٢٨
الغصن الثاني : محل وطبيعة الالتزام بالإعلام	١٣٠
أولاً: محل الالتزام بالإعلام	١٣٠
١- مضمون الالتزام بالإعلام	١٣٢
٢- مضمون الالتزام بالإعلام قبل التعاقدى	١٣٢
أ- المعلومات التى يستلزمها قانون الاستهلاك الفرنسى والتوجيهات الأوروبية	١٣٣
ب- البيانات محل الإفضاء وفقــاً لقـــانون الثقـــة فـــى الاقتصاد الرقمى	١٣٦
جـ - وسيلة ووقت الإدلاء بالمعلومات والبيانات.......	١٣٩
ثانياً: طبيعة الالتزام بالإعلام	١٤٢
الغصن الثالث : جزاء إخلال المهنى بالالتزام بـــالإعلام قبـــل التعاقدى	١٤٦
أولاً- الجزاء الجنائى	١٤٦

الموضوع	الصفحة
ثانياً- الجزاء المدنى	١٤٧
الفرع الثالث : تنظيم قانون الاستهلاك المصرى للالتزام بالإعلام	
تمهيد	١٤٨
الغصن الاول : الالتزام بالإعلام بالبيانات الواقع علـى عـاتق "المنتج، والمستورد، أو المورد".................	١٥٠
أولاً: أطراف هذا الالتزام	١٥١
ثانياً: محل التزام المنتج أو المستورد بالإعلام	١٥٢
ثالثاً: جزاء إخلال المهنى "المنتج و المستورد" بـالالتزام بالإعلام	١٥٦
الصورة الاولى:- الجزاء الجنائي	١٥٦
الصورة الثانية :- الجزاء المدنى	١٥٧
الغصن الثانى: التزام المهنى "المورد" بإعلام المستهلك فى البيع بالتقسيط	١٥٩
الغصن الثالث : التزام المهنى "المورد" بإعلام المستهلك بهويته.	١٦١
المطلب الثانى : التزامات المهنى الأخرى	١٦٣
الفرع الأول: التزام المهنى "المورد والمعلـن" بتجنـب خـداع المستهلك	١٦٤
الغصن الاول :السلوك الخادع	١٦٥
أولاً- مفهوم الخداع	١٦٥
ثانياً- شروط السلوك الخادع..........................	١٦٩
١- صدور السلوك عن المهنى فى مواجهة المستهلك:	١٦٩
٢- أن يكون موضوع الخداع عنصر من عناصر المنتج:	١٦٩
٣- أن يكون السلوك من شأنه التـاثير علـى المـستهلك العادى	١٧٠
ثالثاً- جزاء السلوك الخادع	١٧١

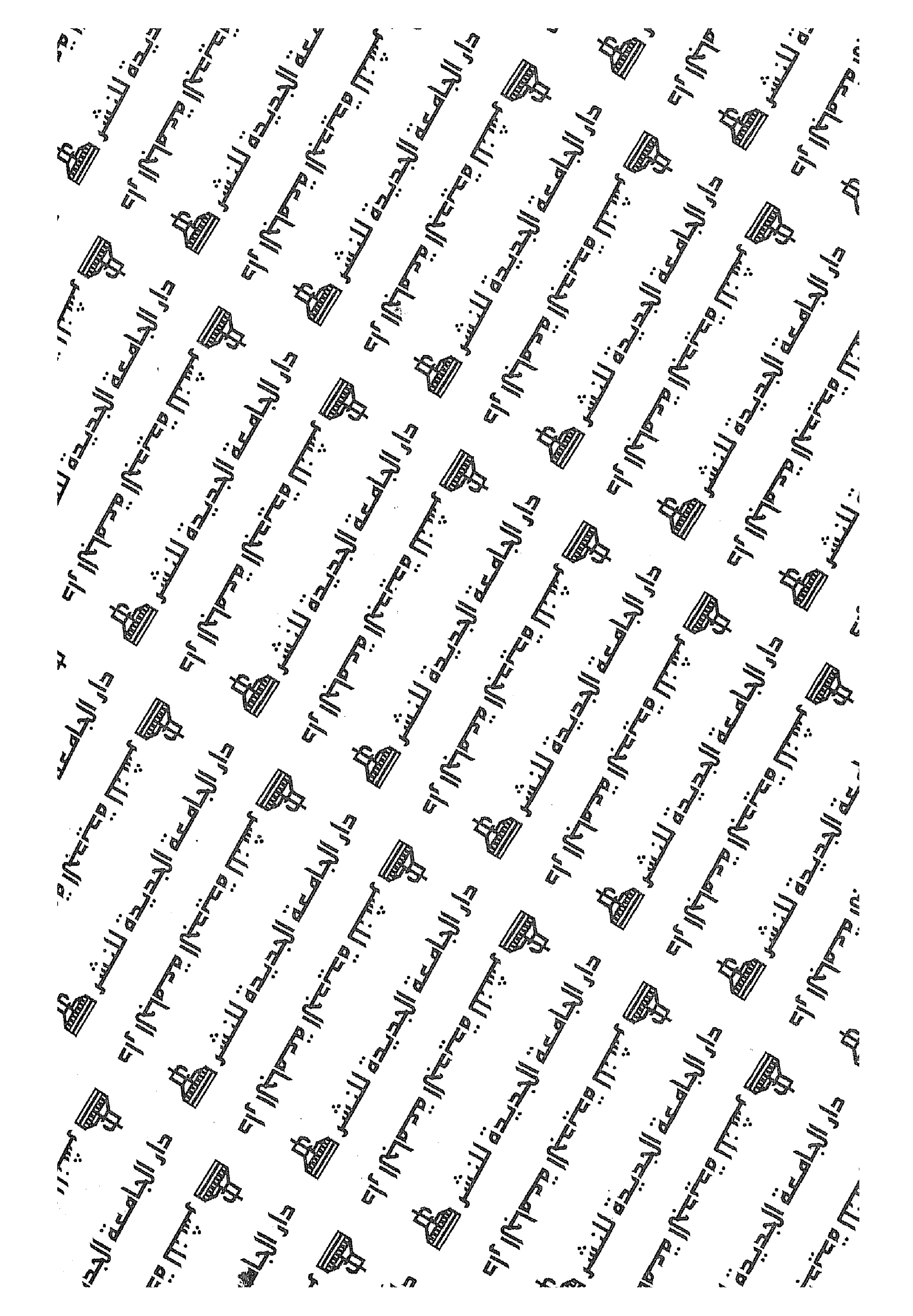
الموضوع	الصفحة
الفصل الثانى : الإعلان الخادع	١٧٢
أولاً- ماهية الإعلان	١٧٣
١- المفهوم العام للإعلان	١٧٣
٢- شروط الإعلان التجارى المشروع	١٧٥
ثانياً: التنظيم القانونى للإعلان............................	١٧٦
ثالثاً:المقصود بالإعلان الخادع والكاذب	١٧٨
رابعا: شروط أو مقومات الإعلان الخادع	١٨٢
١- المقوم الأول: موضوع الكذب والتضليل فى الإعلان الخادع	١٨٢
٢- المقوم الثانى: عناصر الكذب والتضليل فى الإعلان التجارى الخادع	١٨٥
أ- العنصر المادى للكذب والتضليل فى الإعلان التجارى	١٨٥
ب- العنصر المعنوى للكذب والتضليل فى الإعلان التجارى الخادع	١٨٦
خامساً: جزاء الإعلان الخادع	١٨٩
الفرع الثانى :التزام المهنى "المورد" بتقديم الفاتورة للمستهلك...	١٩٢
الفرع الثالث : التزام المهنى "المورد" بالإبلاغ عن عيب المنتج والالتزامات المترتبة عليه	١٩٦
تمهيد	١٩٦
الغصن الأول: التزام المهنى "المورد" بإبلاغ جهاز حماية المستهلك بعيب المنتج وأضراره المحتملة الغير ماسة بصحة وسلامة المستهلك	١٩٩
تمهيد	١٩٩
أولاً:العيب مناط الالتزام بالإبلاغ	١٩٩
ثانياً: وجوب الاخطار بالعيب خلال المدة	٢٠٠

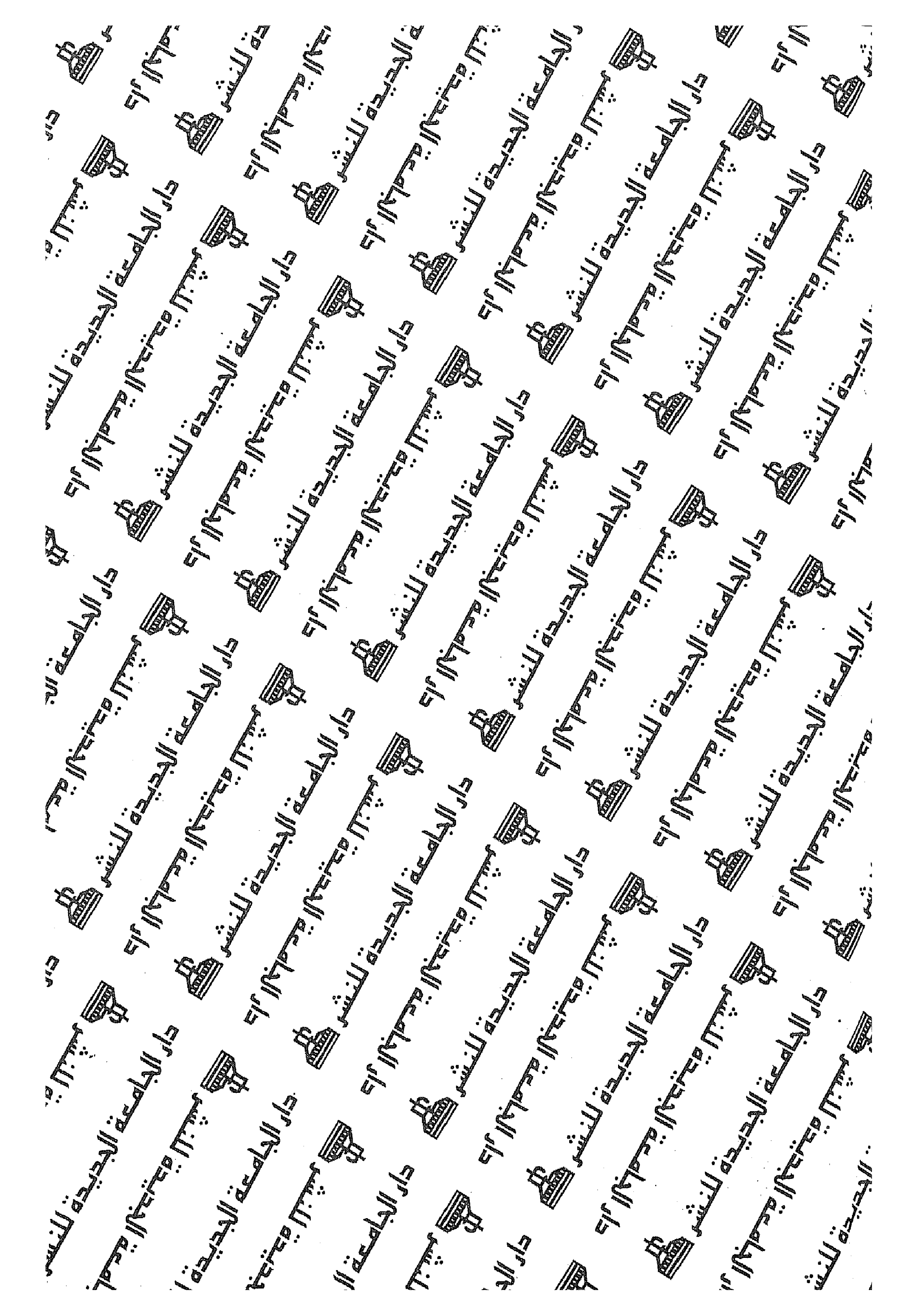
الموضوع	الصفحة
الفصن الثـانى: التزام المهنى "المورد" بالإبلاغ عن العيب الماس بصحة وسلامة المستهلك	٢٠١
الفرع الرابـع : التزام المهنى "المورد" بـضمان العيـب وعـدم المطابقة	٢٠٤
تمهيد	٢٠٤
الغصن الاول : ضمان المورد "المهنى" بإبدال ورد السلعة	٢٠٥
تمهيد	٢٠٥
أولاً:حق المستهلك في إيدال السلعة المعيبة وردها	٢٠٦
ثانياً:حالات وشروط الاستبدال والرد	٢٠٧
١-حالات الحق فى الاستبدال والرد	٢٠٧
٢-الشروط من حيث السلعة موضوع الحق	٢٠٧
٣- مدة ممارسة الحق فى الاستبدال والرد	٢٠٩
ثالثاً:إعمال الحق فى الاستبدال والرد	٢١١
رابعا:المسئولية التضامنية للموردين فى الضمان ودور جهاز حماية المستهلك	٢١٢
خامسا:آثار أعمال الحق فى الرد والاستبدال.............	٢١٣
سادساً: آثار الرد بالنسبة للمورد	٢١٣
سابعاً:آثار الرد بالنسبة للمستهلك	٢١٤
ثامناً:مجانية وانقضاء حق الاستبدال والرد	٢١٥
تاسعاً:جزاء الإخلال بالالتزام بالضمان فى صورته العامة..	٢١٦
الغصن الثـانى : ضمان المهنى "مقدم الخدمة" بعيـب أو نقـص الخدمة	٢١٧
المبحث الثالث: الأشخاص المعنوية القائمة على شئون الاستهلاك وأدواتها..	٢١٩
تقسيم	٢١٩

الموضوع	الصفحة
المطلب الأول : جهاز حماية المستهلك	٢١٩
الفرع الأول : مجلس إدارة الجهاز وتشكيله	٢١٩
أولاً– إنشاء الجهاز وتحديد مهامه وموارده	٢١٩
ثانياً– مجلس إدارة الجهاز	٢٢٢
١– تشكيل مجلس الإدارة	٢٢٢
٢ – اجتماعات مجلس الإدارة	٢٢٣
الفرع الثاني : اختصاصات مجلس إدارة الجهاز ورئيسه....................	٢٢٤
أولاً– اختصاصات مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك....................	٢٢٤
ثانياً– اختصاصات رئيس مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك	٢٢٦
ثالثاً: المدير التنفيذي لجهاز حماية المستهلك	٢٢٧
المطلب الثاني : جمعيات حماية المستهلك	٢٢٨
تمهيد	٢٢٨
أولاً: سبل جمعيات حماية المستهلك في العمل	٢٣٠
١– التوعية	٢٣٢
٢– الدعاية المضادة	٢٣٣
٣ – الامتناع عن الشراء "المقاطعة	٢٣٤
٤– الامتناع عن الدفع	٢٣٥
ثانياً: التقاضي لمصلحة المستهلكين....................	٢٣٨
١– الجمعيات التي يَجوز لها التقاضي لمصلحة المستهلكين	٢٤٠
٢ – تنظيم حق الجمعيات في التقاضي لمصلحة المستهلكين	٢٤١
المطلب الثالث: شكاوى ومنازعات قانون الاستهلاك....................	٢٤٨
الفرع الأول : شكاوى قانون الاستهلاك	٢٤٨

الموضوع	الصفحة
تمهيد	٢٤٨
أولاً: تقديم الشكاوى وشكلها	٢٤٨
١- صاحب الحق فى تقديم الشكوى	٢٤٨
٢ - شكل وبيانات الشكوى	٢٤٩
ثانياً: فحص الشكاوى وإجراءاته	٢٥١
١- قيد الشكوى ومتابعتها	٢٥١
٢- عرض الشكاوى وإحالتها	٢٥٢
٣- أعمال فحص الشكاوى	٢٥٣
ثالثاً: صفة الضبطية القضائية للعاملين بجهاز حماية المستهلك وحكمتها	٢٥٤
رابعا: التصرف فى الشكوى.........................	٢٥٩
الفرع الثانى : لجان الفصل فى منازعات الاستهلاك............	٢٦٠
تمهيد	٢٦٠
أولاً: تشكيل اللجان وتحديد اختصاصها	٢٦١
ثانياً: إجراءات الفصل فى النزاع، وطبيعة القرار الصادر فى النزاع	٢٦٢
ثالثاً: جزاء مخالفة أحكام قانون حماية المستهلك	٢٦٤
الخاتمة	٢٦٦
قائمة المراجع	٢٧٥
المحتويات	٢٨٩

رقم الإيداع	٢٠١٤/٢٦٨٥
الترقيم الدولى	I.S.B.N
978-977-729-072-2	





قانون حماية المستهلك

دراسة تحليلية مقارنة

دكتور
الصغير محمد مهدى
قسم القانون المدنى
كلية الحقوق - جامعة فاروس
الاسكندرية

دار الجامعة الجديدة



دار الجامعة الجديدة
٣٨-٤٠ ش سوتير - الازاريطة - الاسكندرية
تليفون: ٤٨٦٣٦٣٩ - فاكس: ٤٨٥١١٤٣ - تليفاكس: ٤٨٦٨٠٩٩
Email.darelgamaaelgadida@hotmail.com
www.darggalex.com info@darggalex.com